

R 2025-12 | 2025. 12. |

반려동물 연관산업 수출 활성화 방안

A Study on Strategies to Promote Exports of
Companion Animals Related Industries

이정민 김동훈 홍재호



한국농촌경제연구원

R 2025-12 | 2025. 12. |

반려동물 연관산업 수출 활성화 방안

A Study on Strategies to Promote Exports of
Companion Animals Related Industries

이정민 김동훈 흥재호

한국농촌경제연구원

연구 담당

이정민 | 부연구위원 | 연구 총괄, 제1~5장 집필

김동훈 | 부연구위원 | 제3, 4장 집필

홍재호 | 연구원 | 제2, 3장 집필

연구보고 R2025-12

반려동물 연관산업 수출 활성화 방안

등 록 | 제6-0007호(1979. 5. 25.)

발 행 | 2025. 12.

발 행 인 | 한두봉

발 행 처 | 한국농촌경제연구원

우) 58321 전라남도 나주시 빛가람로 601

대표전화 1833-5500

인쇄처 | 크리커뮤니케이션

I S B N | 979-11-6149-785-3 93520

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.

머리말

반려동물을 가족처럼 여기는 인식 확산과 1인 가구 및 국민소득이 증가하면서 현재 우리나라 반려동물 양육가구수는 점차 증가하고 있는 상황이며, 그에 따른 반려동물 연관산업도 급속히 발달하고 있다. 우리나라 반려동물 연관산업 중 우수한 품질 경쟁력과 가격 경쟁력을 가지고 있는 품목군은 한정된 내수시장에서 벗어나 해외시장 진출을 노력하고 있으나, 국가마다 상이한 수입 및 인증 절차, 검역 조건 및 유통 네트워크 확보 난항으로 어려움을 겪고 있다. 이에 반려동물 연관산업 활성화 및 수출진작을 위한 정책이 시행 중이나, 수출 활성화에 보다 효율적인 정책 수립을 위해서는 반려동물 연관산업 기업의 수출 저해 요인을 발굴하고 기업의 정책 수요를 면밀하게 파악하는 것이 매우 중요하다.

본 연구는 반려동물 연관산업 기업을 대상으로 해외 수출을 저해하는 요인을 분석하고 이에 대한 대응 방안을 마련하여 수출을 활성화하기 위한 정책과제를 제안하기 위해 추진되었다. 이를 위해 반려동물 연관산업 수출 지원 관련 국내외 정책을 분석하고 반려동물 연관산업 기업을 대상으로 정책 수요를 파악함으로써 현장 중심적인 정책과제를 도출하고자 노력하였다.

본 연구를 진행하면서 소중한 조언과 자료를 아낌없이 제공해주신 관계기관과 설문조사에 능동적으로 참여하신 반려동물 연관산업 기업 응답자, 그리고 연구 수행에 적극적인 도움을 주신 원내외 전문가에게 깊은 감사의 마음을 전하고자 한다. 아무쪼록 이 연구가 바탕으로 우리나라 반려동물 연관산업의 수출 활성화를 위한 정책 수립에 유용한 기초자료로 활용되기를 기대한다.

2025. 12.

한국농촌경제연구원장 한 두 봉

요 약

연구 목적

- 반려동물 연관산업은 다양한 산업군으로 구성되어 있으며, 각 산업별 발전단계가 상이하여 수출 활성화를 위해서는 각 산업군에 걸맞은 방안이 요구되고 있다. 이에 따라 이 연구의 목적은 국내외 반려동물 연관산업의 현황 분석을 바탕으로 연관산업 분야별 수출기업의 애로사항 및 미수출기업의 의향을 발굴하여 반려동물 연관산업의 수출 활성화 방안을 제시하는 것에 있다. 이를 위해 우선 국내외 반려동물 연관산업의 현황과 수출 관련 정책을 분석한다. 둘째, 반려동물 연관산업 기업 설문조사 및 사례조사를 통해 문제점 및 애로사항을 수집하며, 셋째, 반려동물 연관산업 수출 활성화 정책을 법·제도 구축, 인프라 구축, 산업 경쟁력 확보 측면으로 구분하여 제시하고자 한다.

연구 방법

- 반려동물 연관산업은 크게 ①펫푸드, ②펫헬스케어, ③펫테크, ④펫용품, ⑤펫헬스케어로 구분할 수 있다. 다만, 수의·보험 중심의 펫헬스케어 분야와 서비스 중심의 펫서비스 분야는 직접적인 수출과 거리가 먼 무형의 재화로 구성되어 있어 연구 대상에서 제외하였다. 따라서 본 연구에서는 ①펫푸드, ②펫용품, ③펫헬스케어(기기), ④펫테크를 연구 범위로 한정하였다.
- 반려동물 연관산업의 세부 산업 분야별로 선행연구와 수출 부문 정책 자료를 검토하였으며, 통계자료 분석을 통해 산업 현황을 분석하였다. 또한 펫푸드 분야의 해외 주요국(미국, 일본)을 선정하여 해당 국가에서 진행하고 있는 수출 진흥 정책 및 수입 관련 제도를 심층적으로 분석하여 우리나라 반려동물 연관 산업의 해외 수출 시 적용할 수 있는 정책을 발굴하고자 노력하였다. 이와 함

께 반려동물 연관산업 기업의 수출 관련 실태 파악을 위해 수출기업 및 미수출 기업을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 사례조사를 통해 분야별 기업의 수출 제한 요소 등을 심층적으로 분석하고자 노력하였다.

연구 결과

<반려동물 연관산업 현황>

- 반려동물 연관산업 중 펫푸드 부문의 세계시장 교역량은 독일, 태국, 미국 등 의 순으로 나타나고 있다. 독일은 펫푸드의 수입량과 수출량이 가장 많은 국가이며, 고품질·프리미엄 제품을 수출하고 중저가 제품을 수입함으로써 펫푸드를 자국의 브랜드 이미지와 연계하여 프리미엄화하는 수출 전략을 효과적으로 활용하고 있다. 태국은 다국적 유명 브랜드의 주문자 상표 위탁생산방식 위주로 산업이 형성되어 있으며, 이에 따라 산업구성 측면에서 우리나라가 벤치 마킹하기에는 한계가 있다. 미국은 자국에서 수입하는 펫푸드의 자국 내 규제 및 수입 요건 등록을 의무화하여 시설 등록 및 라벨링 규정 준수, 안전성 시험 절차를 통해 자국 시장에 대한 비관세 장벽으로 활용하고 있다. 그리고 미국은 수출 제품의 경우 미국사료관리협회(AAFCO)의 사료 가이드라인을 준수했음을 적극적으로 홍보함으로써 제품의 안전성과 고품질을 강조하고 있다.
- 펫용품 부문은 반려 문화 확산 및 반려동물 복지 개선에 대한 중요성 증대 등으로 전반적인 증가 추세가 지속될 것으로 전망되지만, 해당 제품은 제조업 특성상 기술적 난이도가 높지 않고 제품 단가에 상대적으로 민감한 특성을 지니고 있어 국내 제품보다는 수입 제품의 시장 점유율이 더욱 높을 것으로 판단된다. 펫헬스케어 제품 중 동물용 의약품은 농장동물 중심으로 시장이 형성되어 있으며, 국내 제품의 시장수요가 낮아 제품 경쟁력 확보방안을 중장기적으로 고

민할 필요가 있다. 펫테크는 향후 시장 규모 확대가 높을 것으로 전망되는 품목이므로 우리나라 IoT 기술의 경쟁력을 바탕으로 일반 펫용품 시장에서 차별화할 수 있는 제품의 생산을 통한 제품 경쟁력 확보 및 수출유도 전략이 마련될 필요성이 있다.

<반려동물 연관산업 수출정책>

- 미국은 MAP 및 FMD 지원금을 이용하여 수의사 교육지원, 현지 구조 단체 협력, 소비자 홍보 캠페인 등을 통해 펫푸드에 대한 소비자 신뢰도를 높이고 있으며, 이를 바탕으로 자국산 제품의 품질·안전성·영양 관련 교육과 홍보를 강조하여 브랜드 경쟁력 강화를 유도하고 있다. 일본은 2020년 4월부터 시행한 「농림수산물 및 식품의 수출 촉진에 관한 법률」을 통해 수출 관련 정책의 법적 지원 근거를 확보하였다. 또한, 주력 수출 품목 지정 및 해당 품목 주산지의 시설·인증·물류 등 인프라 구축, 산업단체와의 매칭펀드 조성에 따른 수출시설 구축, 물류 인프라 확충, 인증·마케팅 비용 지원을 바탕으로 농수산식품의 수출 경쟁력 제고를 유도하고 있다.
- 우리나라는 반려동물 연관산업 관련 수출 지원 프로그램이 한국농수산식품 유통공사(aT)를 중심으로 진행되고 있으나, 현재 지원 프로그램은 미국의 MAP 와 연관성이 높은 반면, FMD의 중장기 관련 프로그램과 대응하는 내용은 찾기 어려운 상황이다. 또한 반려동물 연관산업 수출 활성화를 위해 현재 국회 입법 중인 「반려동물 연관산업의 육성 및 관리에 관한 법률」(이하 반려동물 연관산업 육성법)의 수출 관련 법안 내용을 구체적으로 보완할 필요성이 제기 된다.

<반려동물 연관산업 수출 현황 및 정책 수요>

- 반려동물 연관산업 기업 중 수출기업들은 향후 다양한 신규 수출 대상국을 확대하려는 의향이 높지만, 해당 수출국에 대한 시장 정보는 매우 부족한 것으로 나타나 주요 수출국을 중심으로 더욱 세부적인 시장 정보가 제공될 필요성이 있을 것으로 보인다. 또한 수출국의 규제 및 인증 문제와 물류 및 유통 문제, 현지 바이어 확보의 어려움, 현지 마케팅 수립의 어려움 등을 주요 애로사항으로 지적하고 있어 수출 실무 중심의 지원방안도 마련될 필요성이 있다.
- 반려동물 연관산업 기업은 정부의 반려동물 연관산업 수출 관련 조직 구성 및 정책에 대하여 인지도가 낮은 것으로 나타나 기업의 규모 및 수출 여부와 관계 없이 정부 정책에 대한 홍보를 강화할 필요성이 있다. 또한 많은 수출기업이 정부의 반려동물 연관산업 수출 지원사업에 대하여 인지하고 있으나, 이에 비해 지원 및 수혜 경험은 상대적으로 낮은 것으로 파악되었다. 다만, 수혜기업들은 지원사업에 대한 높은 만족도를 지니고 있는 것으로 나타나 지원사업의 효율성은 높다고 할 수 있다.

정책 제언

- 반려동물 연관산업의 수출 활성화 저해 요인들을 모색하였으며, 이에 기초하여 반려동물 연관산업 수출 활성화를 위한 정책 기본방향을 법·제도, 인프라 구축, 산업 경쟁력 확보 측면 등으로 구분하였다.
- 법·제도와 관련해서는 반려동물 연관산업 수출 활성화 지원 근거 확보를 위한 반려동물 연관산업 육성법의 수출 관련 내용 보완과 부수적인 정책 입안이 필요할 것으로 판단된다. 우선 기존 발의안에서 5년 주기로 수립되도록 규정되

어 있는 ‘반려동물 산업 육성 및 지원 종합계획’을 세분화하여 품목 단위 수출 로드맵 작성을 명시할 필요성이 있다. 두 번째로 반려동물 연관산업은 다양한 산업군으로 구성되므로 각 품목별 산업단체의 지정, 법정 지위 및 재원 마련 방안이 필요하다. 세 번째로 정부 및 민간 자금 매칭 비율의 제도화를 통한 수출 활성화 정책 지원 기금을 구성할 필요가 있다. 네 번째로 수출 행정의 원스톱 패키지화를 구성해야 한다. 이와 함께 한국형 해외 시장 개발프로그램 (K-FMDP) 도입을 통해 중장기적인 사업지원 기반 확립이 필요하다.

- 인프라 구축과 관련하여 수출 지원 원스톱 시스템의 기능 강화가 필요하다. 현재 지원체계를 확대 개편하여 ① 수출단계별 진단시스템, ② 국가별 검역·인증 매팅 데이터베이스, ③ 표준 인허가 자료 라이브러리, ④ 수출서류 간소화 모듈, ⑤ 수출협의회 커뮤니티 기능, ⑥ 해외 마케팅·바이어 매칭, ⑦ 수출 컨설팅·자문 예약, ⑧ 원클릭 지원사업 신청, ⑨ 데이터 기반 정책 분석 등으로 구성함으로써 해외 진출기업의 수출 행정 편의 및 비용 감소 효과를 증진시킬 필요가 있다. 이와 함께 지원정책 수립의 객관적 근거 확보에 어려움이 있으므로 반려동물 연관산업 통계구축을 적극적으로 진행해야 할 시점이다.
- 산업 경쟁력 측면으로 펫푸드 분야에서는 ‘반려동물 사료 영양표준’을 개발하였으며, 이 제도를 준수한 제품은 ‘완전사료’ 라벨링 표시가 가능하다. 따라서 그동안 미국 및 유럽의 사료 가이드라인에 의존하던 소비자의 상품 선택범위가 더 넓어질 것으로 판단된다. 또한 이를 활용하여 해외 수출 시 마케팅 자료로 활용할 수 있을 것으로 보인다. 이와 함께 일부 개도국은 제품 모방의 위험성이 매우 높아 지적 재산권 확보가 필수적으로 요구되고 있으며, 단순한 품질 경쟁력으로는 모방 제품과의 시장 경합에서 한계가 있으므로 특히 확보 및 상

표권 강화가 필수적이라 할 수 있다. 따라서 희망업체를 대상으로 국내 품질 제도 인증 및 해외 지적 재산권 획득을 지원하는 방안을 현재보다 더욱 강화할 필요성이 있다.

ABSTRACT

A Study on Strategies to Promote Exports of Companion Animals Related Industries

Background and purpose

- The companion animal-related industry comprises a diverse set of industries, each at a different stage of development. Therefore, stimulating exports requires tailored strategies tailored to each sector. Therefore, this study analyzes the current status of the domestic and international companion animal-related industry, identifies challenges faced by exporters in each sector, and identifies the aspirations of companies not currently exporting. This analysis, in turn, proposes measures to boost exports in the companion animal-related industry.
- To this end, we first analyze the current status of domestic and foreign companion animal-related industries and export-related policies. Second, problems and difficulties are collected through surveys and case studies of companies in companion animal-related industries, and third, policies to promote exports of companion animal-related industries are presented in terms of establishing laws and systems, building infrastructure, and securing industrial competitiveness.

Research Methodology

- The companion animal-related industry can be broadly categorized into ① pet food, ② pet healthcare, ③ pet tech, ④ pet supplies, and ⑤

pet healthcare. In this study, the veterinary and insurance sectors and pet services within pet healthcare were excluded from the analysis due to their intangible nature as services, making them less relevant to exports. Therefore, this study limited its scope to ① pet food, ② pet supplies, ③ pet healthcare(devices), and ④ pet tech.

- We reviewed prior research and export policy data for each sub-sector of the companion animal-related industry, and analyzed statistical data to assess the current state of the industry. Furthermore, we selected major overseas pet food markets(the United States and Japan) and conducted an in-depth analysis of their export promotion policies and import-related systems. This analysis aimed to identify applicable policies for the overseas export of Korea's companion animal-related industry. In addition, to understand the export situation of companion animal-related companies, a survey was conducted targeting exporting and non-exporting companies, and efforts were made to analyze in-depth factors restricting exports of companies in each sector through case studies.

Key Findings

<Current Status of the Companion Animal Industry>

- Among the companion animal-related industries, the global market trade volume of the pet food sector is in the order of Germany, Thailand, and the United States. Germany is the largest country in the import and export of pet food, and by exporting high-quality and

premium products and importing mid- to low-end products, it is effectively utilizing the export strategy of premiumizing pet food in connection with the brand image. Thailand is mainly formed by consignment production of custom trademarks of multinational famous brands, so there is a limit to Korea's benchmarking in terms of industrial composition. The U.S. mandates the registration of pet food imported from the country and uses it as a non-tariff barrier to its market through facility registration, labeling compliance, and safety inspection procedures. In addition, the U.S. actively promotes compliance with the Food Export Guidelines of the American Feed Management Association(AAFCO), emphasizing the safety and quality of products.

- Although the pet product sector is expected to continue to increase due to the spread of companion culture and the increased importance of improving the welfare of companion animals, the product is not highly technical difficulty due to the nature of the manufacturing industry and is relatively sensitive to product unit prices, so it is expected that imported products will have a higher market share than domestic products.
- Among pet healthcare products, the market for animal medicines is formed mainly on farm animals, and it is necessary to consider ways to secure product competitiveness in the mid to long term due to low market demand for domestic products. Since pet tech is an item that is expected to expand in the future, it is necessary to prepare a strategy to

secure product competitiveness and induce exports through the production of products that can be differentiated in the general pet product market based on the competitiveness of Korea's IoT technology.

<Export Promotion Policies by Country>

- The United States is using MAP and FMD grants to increase consumer confidence in pet food through veterinary training support, collaboration with local rescue organizations, and consumer promotional campaigns. This, in turn, is fostering brand competitiveness by emphasizing education and promotion of the quality, safety, and nutrition of domestically produced products.
- Japan secured a legal basis for export-related policies through the “Agricultural, Forestry, and Fisheries Products Export Promotion Act,” which took effect in April 2020. Japan is promoting the export competitiveness of agricultural, fishery, and food products by designating key export items, establishing infrastructure such as facilities, certification, and logistics in key production areas, establishing export facilities through matching funds with industry organizations, expanding logistics infrastructure, and supporting certification and marketing costs.
- In Korea, export support programs for the companion animal industry are being implemented primarily through the Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation(aT). However, while the current support

program is closely related to the US MAP program, it is difficult to find any corresponding content related to the FMD's mid- to long-term program. Furthermore, to revitalize companion animal industry exports, the export-related provisions of the "Companion Animal Industry Promotion Act," currently pending legislation in the National Assembly, need to be specifically supplemented.

<Export Status and Policy Demand in Korea>

- Among pet-related companies, exporters are eager to expand their export markets to new markets. However, market information on these markets remains scarce, highlighting the need for more detailed market information, particularly for major exporters. Furthermore, they cited regulatory and certification issues, logistics and distribution challenges, difficulties securing local buyers, and difficulties establishing local marketing strategies as key challenges. Therefore, support measures focused on export practices are also needed.
- Pet-related businesses appear to have low awareness of the government's organizational structure and policies related to pet-related exports. This highlights the need for increased public awareness of government policies, regardless of company size or export activity. Furthermore, while many exporting companies are aware of the government's pet-related export support programs, their experience with support and benefits is relatively low. However, beneficiaries report a high level of satisfaction with the programs, indicating that the programs are highly effective.

Policy Recommendations

- Factors hindering the export activation of the companion animal-related industry were explored, and based on this, the basic policy directions for activating the export of the companion animal-related industry were divided into laws and systems, infrastructure construction, and securing industrial competitiveness.
- Regarding laws and regulations, supplementing the export-related provisions of the “Companion Animal Industry Support Act” and developing additional policies are necessary to secure a basis for supporting the revitalization of exports in the companion animal industry. First, the “Comprehensive Plan for the Promotion and Support of the Companion Animal Industry,” which is stipulated in the existing proposal to be developed every five years, needs to be refined to specify the development of export roadmaps for each product category. Second, given the diverse nature of the companion animal industry, designation of industry associations, legal status, and funding arrangements for each product category are necessary. Third, a fund to support export revitalization policies should be established through the institutionalization of a matching ratio between government and private funds. Fourth, a one-stop package for export administration should be established. Furthermore, the introduction of the Korea-Financed Foreign Market Promotion Program(K-FMDP) is essential to establish a foundation for mid- to long-term business support.

- It is necessary to strengthen the functions of the one-stop export support system in relation to the establishment of the infrastructure. The current support system needs to be expanded and reorganized to consist of: ① a diagnosis system by export stage, ② a database of quarantine and certification mapping by country, ③ a library of standard licensing data, ④ a module for simplifying export documents, ⑤ a community function of export councils, ⑥ overseas marketing and buyer matching, ⑦ export consulting and advisory reservation, ⑧ one-click support project application, ⑨ data-based policy analysis, etc. to enhance the convenience and cost reduction of export administration of overseas companies. At the same time, it is time to actively establish statistics for companion animal-related industries as it is difficult to secure an objective basis for establishing support policies.
- In terms of industrial competitiveness, the pet food sector has developed the “Pet Food Nutrition Standard,” and products that comply with this standard can request “complete food” labeling. This is expected to broaden the range of product choices for consumers, who have previously relied on US and European feed guidelines. Furthermore, this standard can be utilized as marketing material for exports. Furthermore, some developing countries face a high risk of product imitation, making securing intellectual property rights essential. Simply relying on quality competitiveness alone will not be sufficient to compete with imitators, making patents and trademark protection essential. Therefore, there is a need to further strengthen

support for companies seeking domestic quality system certification and overseas intellectual property rights acquisition.

Researchers: LEE Jungmin, KIM Donghoon, HONG Jaeho

Research period: 2025. 1. - 2025. 10.

E-mail address: fantom99@krei.re.kr

차 례

제1장 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	3
2. 선행연구 검토 및 본 연구의 차별성	6
3. 연구 범위와 방법	11
4. 연구 내용	14
5. 연구추진체계	14
제2장 국내외 반려동물 연관산업 현황	17
1. 세계 반려동물 연관산업 시장 현황 및 전망	19
2. 국내 반려동물 연관산업 시장 현황 및 전망	32
3. 시사점	43
제3장 국내외 반려동물 연관산업 교역 정책	47
1. 분석 대상 선정 이유	49
2. 미국	51
3. 일본	62
4. 한국	75
5. 시사점	86
제4장 반려동물 연관산업 기업의 수출 현황 및 정책 수요	91
1. 반려동물 연관산업 기업 조사 개요	93
2. 반려동물 연관산업 기업 조사 결과	95
3. 반려동물 연관산업 수출기업 사례 조사	116
4. 시사점	123

제5장 반려동물 연관산업 수출 활성화 방안	125
1. 반려동물 연관산업 수출 활성화의 기본방향	127
2. 반려동물 연관산업 수출 활성화를 위한 정책과제	129
부록	
1. 반려동물 연관산업 기업 설문조사표	141
참고문헌	157

표 차례

제1장

〈표 1-1〉 반려동물 연관산업 관련 선행연구 정리	7
〈표 1-2〉 기존 주요 반려동물 연관산업 관련 조사 개요	9
〈표 1-3〉 반려동물 연관산업의 분류 및 세부 내용	12

제2장

〈표 2-1〉 전체 펫푸드 세계시장 현황	20
〈표 2-2〉 일반 펫푸드 세계시장 현황	20
〈표 2-3〉 기능성 펫푸드 세계시장 현황	21
〈표 2-4〉 전체 펫푸드 세계시장 전망	22
〈표 2-5〉 국가별 펫푸드 수입 현황	23
〈표 2-6〉 국가별 펫푸드 수입시장 점유율	24
〈표 2-7〉 국가별 펫푸드 수출 현황	24
〈표 2-8〉 국가별 펫푸드 수출시장 점유율	25
〈표 2-9〉 펫용품 세계시장 현황	27
〈표 2-10〉 펫용품 세계시장 전망	28
〈표 2-11〉 국가별 펫용품 수입 현황	29
〈표 2-12〉 국가별 펫용품 수출 현황	29
〈표 2-13〉 세계 펫헬스케어 시장 현황 및 전망	31
〈표 2-14〉 세계 펫테크 시장 현황 및 전망	32
〈표 2-15〉 반려동물 사료 생산액 및 생산량 변화 추이	33
〈표 2-16〉 국내 펫푸드 수급 현황	33
〈표 2-17〉 우리나라의 국가별 펫푸드 수입 현황	34
〈표 2-18〉 국내 펫푸드 수출 현황	35
〈표 2-19〉 우리나라의 개 사료 수출국 현황	36
〈표 2-20〉 우리나라의 고양이 사료 수출국 현황	37
〈표 2-21〉 국내 펫용품 시장 현황 및 전망	38

〈표 2-22〉 우리나라의 국가별 펫용품 수입 현황	39
〈표 2-23〉 우리나라의 국가별 펫용품 수출 현황	40
〈표 2-24〉 우리나라 펫헬스케어 시장 현황 및 전망	41
〈표 2-25〉 국내 펫테크 시장 현황 및 전망	42

제3장

〈표 3-1〉 시장접근 프로그램의 주요 내용	51
〈표 3-2〉 시장접근 프로그램의 신청 절차	52
〈표 3-3〉 해외시장 개발 프로그램의 주요 내용	53
〈표 3-4〉 미국 펫푸드 관련 법률 및 제도 현황	55
〈표 3-5〉 미국 펫푸드 수입 관련 통관 및 검역 절차	56
〈표 3-6〉 미국 펫푸드 등록제도 개요	57
〈표 3-7〉 미국 반려묘용 펫푸드의 영양 성분 요구사항	57
〈표 3-8〉 미국 펫푸드 라벨링 규정 개요	58
〈표 3-9〉 미국 식품의약국의 식품 및 펫푸드 시설 등록 개요	59
〈표 3-10〉 미국으로의 펫용품 수출을 위한 통관 및 검역 절차	60
〈표 3-11〉 미국 펫용품 수출 관련 소재 제한 사항	61
〈표 3-12〉 미국 펫의류 수출 시 제품 라벨링 관련 참고사항	62
〈표 3-13〉 일본의 펫푸드 관련 법률 및 제도 현황	64
〈표 3-14〉 일본의 펫푸드 수입 관련 통관 및 검역 절차	65
〈표 3-15〉 일본의 펫푸드 등록제도 개요	66
〈표 3-16〉 일본의 펫푸드 성분 규격	67
〈표 3-17〉 일본 「반려동물 사료 안전법」의 제조 방법 기준	67
〈표 3-18〉 일본의 펫푸드 라벨링 규정	68
〈표 3-19〉 일본의 펫푸드 생산 자격 증명서	69
〈표 3-20〉 일본의 펫테크 수입 관련 통관 및 검역 절차	71
〈표 3-21〉 일본으로 펫테크 제품 수출 시 적용되는 J-MOSS 규정 개요	72
〈표 3-22〉 일본으로 펫테크 제품 수출 시 적용되는 라벨링 규정 개요	73

〈표 3-23〉 일본으로 펫테크 제품 수출 시 의무 인증 및 주요 내용	74
〈표 3-24〉 「반려동물 연관산업 육성 및 관리에 관한 법률(안)」 중 수출 활성화 관련 내용	76
〈표 3-25〉 제3차 동물복지 종합계획의 반려동물 연관산업 수출 관련 추진계획	77
〈표 3-26〉 농식품글로벌성장패키지 지원사업의 지원 내용	78
〈표 3-27〉 수출바우처 사업의 지원 내용	80
〈표 3-28〉 수출신용보증(선적후)과 수출신용보증(매입)의 계약사항	81
〈표 3-29〉 반려동물 연관산업 수출기업 대상 지원사업 개요	82
〈표 3-30〉 연도별 반려동물 연관산업 관련 사업예산 추이	84
〈표 3-31〉 연도별 반려동물 연관산업 관련 R&D 예산 추이	86

제4장

〈표 4-1〉 조사 대상 반려동물 연관산업 분야	94
〈표 4-2〉 반려동물 연관산업 기업 설문조사 주요 내용	95
〈표 4-3〉 응답자의 지역별 분포	95
〈표 4-4〉 연관산업 기업의 해당 산업 분야 수	96
〈표 4-5〉 연관산업 기업의 주력 산업 분야 수	96
〈표 4-6〉 연관산업 기업의 일반 현황	97
〈표 4-7〉 연관산업 기업의 전년 대비 매출액 증감 수준	97
〈표 4-8〉 연관산업 기업의 전년 대비 매출액 증감 평균 비율	98
〈표 4-9〉 연관산업 기업의 향후 시장 규모 전망	98
〈표 4-10〉 연관산업 기업의 수출 경험 여부	99
〈표 4-11〉 연관산업 기업의 평균 수출 기간	99
〈표 4-12〉 연관산업 기업의 수출 실적 여부(2024년)	99
〈표 4-13〉 연관산업 기업의 수출 전담 조직 및 인력 보유 여부	100
〈표 4-14〉 펫푸드 기업 생산 제품의 생산 및 수출 현황(2024년)	101
〈표 4-15〉 펫푸드 기업의 수출국 수(2024년)	101
〈표 4-16〉 펫푸드 기업의 주요 수출국 현황(2024년)	101

〈표 4-17〉 펫용품 기업 생산 제품의 생산 및 수출 현황(2024년)	102
〈표 4-18〉 펫용품 기업의 수출국 수(2024년)	103
〈표 4-19〉 펫용품 기업의 주요 수출국 현황(2024년)	104
〈표 4-20〉 펫헬스케어 기업 생산 제품의 생산 및 수출 현황(2024년)	104
〈표 4-21〉 펫헬스케어 기업의 수출국 수(2024년)	105
〈표 4-22〉 펫헬스케어 기업의 주요 수출국 현황(2024년)	105
〈표 4-23〉 펫테크 기업 생산 제품의 생산 및 수출 현황(2024년)	106
〈표 4-24〉 수출기업의 주력 생산 제품에 대한 전반적인 수출 경쟁력 평가	106
〈표 4-25〉 수출기업의 주력 생산 제품에 대한 최대 수출국 내 수출 경쟁력 평가	107
〈표 4-26〉 수출기업의 향후 수출 전망	107
〈표 4-27〉 향후 신규 수출 대상국의 확대 또는 계획 여부	108
〈표 4-28〉 향후 신규 수출 대상국의 확대 이유	108
〈표 4-29〉 향후 신규 수출 대상국 확대 의향 국가	108
〈표 4-30〉 향후 신규 수출 대상국에 대한 시장 정보 수준	109
〈표 4-31〉 수출기업의 수출 관련 애로사항	109
〈표 4-32〉 미수출기업의 미수출 이유	110
〈표 4-33〉 향후 수출 판매 의향 또는 계획 여부	111
〈표 4-34〉 향후 수출 판매 의향 국가	111
〈표 4-35〉 향후 수출 판매 의향 국가에 대한 시장 정보 수준	111
〈표 4-36〉 정부의 반려동물 연관산업 수출 관련 조직 구성 및 정책 인지도	112
〈표 4-37〉 정부의 반려동물 연관산업 수출 관련 조직 구성 및 정책 만족도	112
〈표 4-38〉 정부의 반려동물 연관산업 수출 지원사업에 대한 인지 수준	112
〈표 4-39〉 정부의 반려동물 연관산업 수출 지원사업에 대한 지원 및 수혜 경험 여부	113
〈표 4-40〉 정부의 반려동물 연관산업 수출 지원사업에 대한 만족도	114
〈표 4-41〉 반려동물 연관산업 수출 관련 주요 정책	114
〈표 4-42〉 반려동물 연관산업 수출 관련 주요 정책에 대한 정책 수요 분석 결과	115

제5장

〈표 5-1〉 K-해외 시장 개발 프로그램의 구조	131
〈표 5-2〉 K-해외 시장 개발 프로그램의 구성	132
〈표 5-3〉 수출 지원 원스톱 시스템 기능 강화내용	136
〈표 5-4〉 반려동물 연관산업 통계 구성(안)	138

그림 차례

제1장

〈그림 1-1〉 선행 자료 내 반려동물 연관산업 분류체계 정리	12
〈그림 1-2〉 연구주진체계도	15

제3장

〈그림 3-1〉 수출바우처 발급 및 정산 흐름도	79
〈그림 3-2〉 수출신용보증(선적후)과 수출신용보증(매입)의 상품구조 비교	81

제5장

〈그림 5-1〉 반려동물 연관산업 수출 활성화 정책의 기본방향	128
--	-----

제1장

서론

서론

1. 연구의 필요성 및 목적

1.1. 연구의 필요성

현재 우리나라는 반려동물 양육 가구 수 증가와 더불어 반려동물의 지위 상승 및 복지 개선에 대한 중요성이 높아지고 있으며, 이에 따라 국내 반려동물 연관산업의 시장 규모도 지속적으로 증가하고 있다.

반려동물 연관산업이란 사료, 진료, 장묘, 용품, 보험 등 반려동물의 양육과 연관된 산업 전반을 의미하며, 펫푸드, 펫헬스케어(동물용 의약품, 동물 의료, 펫보험 등), 펫서비스(돌봄, 교육·훈련, 장묘 등), 펫테크(자동화·스마트기기, 디지털 헬스케어 등)로 분류된다(관계부처 합동, 2023).

2022년 기준 국내 반려동물 연관산업의 시장 규모는 약 8조 원 수준이며, 부문 별로는 펫헬스케어 2.6조 원, 펫푸드 1.8조 원, 펫서비스 3.5조 원, 펫테크 1천억 원 등으로 추정된다(유도일 외, 2023). 또한 최근에는 ICT·BT 등의 신기술이 반려동물 관련 제품과 융복합됨에 따라 시장 규모는 더욱 확대될 것으로 전망되며, 특히, 고용 유발효과가 높은 고부가가치 신성장산업으로 부각되고 있다.

한편, 반려동물 연관산업 활성화를 위한 정부 정책도 점차 강화되고 있다. 정부는 2014년 12월 ‘제1차 동물복지 종합계획(2015~2019)’을 발표하여 반려동물 관련 산업의 관리 및 육성을 위한 주요 추진과제로써 ① 생산부터 판매까지 개체별 연계·관리, ② 신규 서비스업 등록(신고)제 신설, ③ 반려동물 의료보험 활성화 기반 구축 등을 제시하였으며, 2016년 12월에는 ‘반려동물 보호 및 관련산업 육성 세부대책’을 발표하여 반려동물 관련 산업의 건강한 육성과 산업 육성 인프라 구축 및 일자리 창출을 위한 중점 추진과제를 제시하였다.

이후 2020년 1월에는 ‘제2차 동물복지 종합계획(2020~2024)’을 발표하였으나, 주로 반려동물 복지 부문 강화를 중심으로 수립되었으며, 반려동물 연관산업 관련 추진과제는 부족하다고 할 수 있다. 또한 2023년 8월에는 ‘반려동물 연관산업 육성대책’을 발표하여 ‘반려동물 연관산업의 글로벌 전략산업화’라는 비전 하에 3대 추진 전략(4대 주력산업 육성, 성장 인프라 구축, 해외 수출 산업화)을 수립하고 추진 전략별 세부 추진과제를 제시하였다.

2024년 12월에는 반려동물 연관산업 육성 및 관리에 관한 법률안 마련을 위한 연구가 추진됨에 따라 연관산업의 체계적·종합적 육성을 위한 법적 근거가 마련되었으며, 2025년 2월 ‘제3차 동물복지 종합계획(2025~2029)’을 발표하여 반려동물 양육자의 수요에 부응하고 기술혁신을 유도하기 위한 주요 추진과제를 제시하였다. 이와 함께 반려동물 연관산업 수출 지원을 위한 ‘반려동물 연관산업 수출 지원 협의체’를 구성하여 운영 중이다.

이와 같은 정부 정책을 통해 반려동물 연관산업의 시장 규모는 지속적인 성장이 이루어질 것으로 전망되며, 우리나라의 신성장 동력원으로써 반려동물 연관산업의 역할을 높이기 위해서는 내수시장뿐만 아니라 해외시장 진출을 통한 새로운 생산·소비 구조가 형성될 필요가 있다. 그러나 2022년 기준 국내시장 규모는 세계 시장 대비 약 1.6% 수준에 불과하며, 주로 내수를 중심으로 성장하고 있어 국내 제품의 글로벌화 및 수출 확대에 한계가 존재하고 있다.¹⁾

1) 농림축산식품부(2023).

반려동물 연관산업을 구성하는 산업군은 산업 발달 단계 및 산업 특성이 상이하여 각 분야에서 요구되는 수출 방식과 수출 관련 요구사항이 다양한 상황이므로 각 산업군의 특성을 고려한 정책지원이 필요한 상황이다. 또한 기존 내수시장에서 벗어나 적극적으로 해외시장으로 진출하고 있는 기업뿐만 아니라 해외시장 진출을 시도하는 기업들 모두 주요 수출대상국의 인증 및 허가 절차, 언어 및 현지 네트워크 부족 등의 어려움을 겪고 있는 실정이다. 이에 대해 농림축산식품부는 유관 기관과 함께 반려동물 연관산업 기업들을 대상으로 해외시장 정보 제공 및 박람회 참석 지원 등 다양한 부문에 걸쳐 수출 지원 프로그램²⁾을 시행하고 있다. 그러나 시장개척 지원 강화와 해외시장 정보 제공, 그리고 수출 지원 체계 구축 및 수출 검역 해소 등에 대한 개선방안 마련 요구는 지속적으로 제기되고 있다.

따라서 이 연구는 반려동물 연관산업 기업의 수출 활성화 제약요인과 문제점을 파악하고 수출 활성화 방안을 법 및 제도, 인프라 구축, 산업 경쟁력 확보 측면에서 도출하고자 한다.

1.2. 연구 목적

이 연구의 목적은 국내외 반려동물 연관산업 현황을 파악하고 연관산업 분야별 수출기업의 애로사항 및 미수출기업의 의향을 종합적으로 분석하여 반려동물 연관산업의 수출 활성화를 위한 정책과제를 제시하는 데 있다. 이를 위해 ① 국내외 반려동물 연관산업 현황, ② 국내외 반려동물 연관산업 수출 관련 정책, ③ 국내 연관산업 분야별 수출 현황 및 제약요인, ④ 반려동물 연관산업 수출 활성화를 위한 정책과제 도출 등의 연구 내용으로 구체화하여 연구를 수행하였다.

2) 현재 농림축산식품부의 반려동물 연관산업 수출기업 대상 지원사업으로는 ① 정보조사 지원사업, ② K-Pet 수출 박람회 지원사업, ③ 상품 연구·개발 지원사업, ④ 박람회 등 참가 지원사업, ⑤ 해외인증 등 현지화 지원사업, ⑥ 전문인력 양성 지원사업, ⑦ 온라인플랫폼 활용 지원사업 등이 있다.

2. 선행연구 검토 및 본 연구의 차별성

기존의 반려동물 연관산업 관련 연구는 주로 반려동물 연관산업 발전을 위한 국내 기반 조성을 목적으로 수행되었으며, 이 과정에서 반려동물 소유자 및 기업을 대상으로 일부 연관산업에 대한 설문조사가 이루어졌다. 그러나 본 연구에서 다루고자 하는 수출 활성화 관련 연구는 매우 부족한 실정이라 할 수 있다.

2.1. 반려동물 연관산업 관련 연구

반려동물 연관산업 현황 및 발전방안에 관해서는 다양한 선행연구가 수행된 바 있다. 우선 반려동물 연관산업의 전반적인 분야와 관련하여 이영대(2016), 김현희(2017), 지인배 외(2017), 전승훈 외(2021), 흥연아 외(2017), 이용건 외(2024), 박문수 외(2024) 등의 연구가 수행되었다. 먼저, 김현희(2017)는 반려동물 관련 산업법 제정과 관련하여 주요 해외 국가의 법제 현황을 정리하였으며, 이와 관련한 주요 쟁점을 검토하였다. 이 연구는 「반려동물 연관산업 육성을 위한 법률」의 입법과 밀접한 연관성이 있으며, 산업발전을 위한 개요 및 지원 근거의 필요성을 큰 틀에서 제시하고 있다. 연관산업의 세부 발전방안과 관련하여 이영대(2016)는 반려동물 연관산업의 국내외 현황 및 실태를 조사하고 산업연관분석을 통한 효과 측정과 관련 정책 및 제도와 입법안을 제시하였으며, 지인배 외(2017)는 반려동물 연관산업의 현황 및 문제점을 분석하고 연관산업 규모 추정 및 전망, 소비자 분석 등을 통해 발전방안을 논의하였다. 전승훈 외(2021)는 국내외 반려동물 연관산업 현황을 조사하고 연관산업의 고용효과 및 인력 수급 현황을 조사하여 고용 개선방안을 연구하였으며, 흥연아 외(2017)는 반려동물 연관산업의 규제현황을 파악하고 해외 사례 및 전문가 자문을 통해 규제혁신 방안을 제시하였다. 이용건 외(2024)는 국내 반려동물 관련 통계 및 조사 시스템을 정리하고 반려동물 연관산업

실태조사를 바탕으로 효율적인 조사체계 구축방안을 논의하였다. 또한 박문수 외(2024)는 펫코노미 시장 관련 소비자 분석 및 혁신 사례를 분석하고 이를 바탕으로 펫코노미 관련 제도의 개선방안을 제시하였다.

반려동물 연관산업 중 개별 품목에 관한 연구로는 이화영 외(2017), 김은지(2021), 황윤재 외(2023) 등이 있다. 이화영 외(2017)는 반려동물 의료서비스 비용 경감을 통한 소비자 부담 완화와 동물병원 신뢰도 향상을 위해 동물병원의 진료비 현황을 분석하고 사전 고지제, 공시제 및 진료비용 수가제도에 대한 정책 대안을 제시하였다. 김은지(2021)는 반려동물 용품 시장 현황 및 관리체계를 살펴보았으며, 소비자 피해사례를 조사·분석하여 반려동물 용품의 관리체계 개선방안을 분석하였다. 그리고 황윤재 외(2023)는 펫푸드 산업 현황 및 소비자 구매실태를 분석하고 이를 바탕으로 펫푸드 산업의 육성방안을 제시하였다.

〈표 1-1〉 반려동물 연관산업 관련 선행연구 정리

연구자	연구 목적	주요 연구 내용
이영대 (2016)	반려동물 연관산업 실태 파악 및 제도 분석을 통해 반려동물 연관산업 육성을 위한 정책적 시사점 제시	<ul style="list-style-type: none">■ 반려동물 연관산업의 사업연관 분석■ 반려동물 연관산업 관련 제도 및 정책 분석■ 반려동물 연관산업 육성정책 및 입법(안) 제시
김현희 (2017)	반려동물 관련 산업의 체계적 관리와 발전을 위한 법률(반려동물 관련 산업법) 마련에 대한 다양한 쟁점 검토	<ul style="list-style-type: none">■ 해외 주요국의 관련 산업 현황과 관련 법제 정리■ 반려동물 관련 산업법 제정을 위한 쟁점 검토
이화영 (2017)	반려동물 의료서비스 비용 완화를 통한 소비자 부담 경감 및 동물병원 신뢰도 향상을 위한 정책 제안	<ul style="list-style-type: none">■ 동물병원 진료비 현황 분석■ 진료비 사전 고지제 및 공시제 사례 분석■ 진료비 수가제도와 보험 현황 파악 및 정책 대안 제시
지인배 외 (2017)	반려동물 연관산업의 문제점 진단 및 산업 전망을 통해 산업 보호 육성을 위한 발전방안 제시	<ul style="list-style-type: none">■ 반려동물 연관산업 규모 추정 및 전망■ 반려동물 및 관련 서비스에 대한 소비자 분석■ 반려동물 연관산업 발전방안 제시
김은지 (2021)	반려동물용품 시장 현황 및 관리체계 조사, 소비자 피해사례 조사 통해 반려동물 용품 관리체계 개선방안 제시	<ul style="list-style-type: none">■ 반려동물용품 현황 및 실태조사■ 반려동물용품 관리체계 및 피해사례 조사■ 반려동물용품 관리체계 개선방안 제시
전승훈 외 (2021)	국내외 반려동물 연관산업 현황 분석 및 실태조사를 통한 고용효과 및 인력 수급 분석	<ul style="list-style-type: none">■ 국내외 반려동물 동향 및 연관산업 현황 분석■ 반려동물 연관산업 실태조사 및 FGI■ 반려동물 연관산업의 고용효과 및 인력 수급 분석
홍연아 외 (2021)	식품 및 반려동물 연관산업의 규제현황 조사와 통한 문제점 진단, 해외 사례 및 전문가 의견수렴을 통해 규제 혁신방안 제시	<ul style="list-style-type: none">■ 식품·반려동물 신산업 동향 및 정책 현황■ 식품·반려동물 신산업 해외 사례■ 식품·반려동물 신산업 규제혁신 방향 제시

(계속)

연구자	연구 목적	주요 연구 내용
황윤재 외 (2023)	펫푸드 산업 현황과 실태를 검토하여 농식품산업의 신성장 동력원으로 작용하기 위한 육성과제 도출	<ul style="list-style-type: none">■ 펫푸드 생산업체의 제조 및 판매실태 분석■ 소비자의 펫푸드 구매실태와 선호도 분석■ 해외 펫푸드 시장 동향 분석■ 펫푸드 산업 육성 방안 제시
박문수 외 (2024)	우리나라 펫코노미 시장의 성장을 위한 소비자 지출 특성 분석 및 연관산업 현황, 혁신 사례 분석, 관련 제도개선 방안 제시	<ul style="list-style-type: none">■ 펫코노미 연관산업 시장조사 및 소비자 수요 분석■ 펫코노미 시장 혁신 사례조사■ 펫코노미 연관산업 성장 방안 제시
이용건 외 (2024)	국내 반려동물 관련 통계 및 조사체계 구축, 반려동물 연관산업 실태 및 조사 결과를 바탕으로 한 조사체계 구축방안 제시	<ul style="list-style-type: none">■ 반려동물 양육 및 연관산업 현황■ 반려동물 연관산업 실태조사 및 통계 수요조사■ 반려동물 산업 및 연관산업 조사체계 구축

자료: 연구진 작성.

2.2. 기존 선행연구 내 연관산업 관련 설문조사

기존에 수행된 반려동물 연관산업 관련 조사는 주로 반려동물 소유자를 대상으로 한 소비 측면의 조사를 중심으로 이루어졌으며, 연관산업 관련 기업을 대상으로 한 생산·판매 측면의 조사도 일부 수행되었다.

먼저, 반려동물 소유자 대상 조사는 주로 반려동물 양육 현황 파악 및 복지 개선 방안 마련이라는 목적하에서 일부 연관산업 부문에 대한 이용 현황 및 인식을 물어보는 문항 중심으로 이루어졌다. 이와 함께 소유자의 양육비 지출 현황을 파악하기 위하여 펫푸드, 펫용품 등 유형의 재화뿐만 아니라 동물병원 진료비, 미용서비스, 돌봄서비스 등 무형의 재화에 대한 수요조사도 이루어졌다.

그리고 반려동물 연관산업 기업 대상 조사는 일부 기업에 대하여 펫푸드 중심의 생산 및 판매 부문 조사와 함께 주요 연관산업 분야에 대한 산업 현황 및 시장 전망 조사가 이루어졌다. 현재 진행된 반려동물 연관산업 기업 대상 조사는 연관 산업의 발전 측면에 집중하였으며, 수출 활성화 지원 정책을 도출하기 위한 조사는 찾기 힘든 상황이다. 따라서 본 연구는 반려동물 연관산업 기업의 수출과 관련된 애로사항 및 해외시장 진출의 난제를 발굴하고, 이를 해결하기 위한 방안 모색을 중심으로 설문조사를 실시하였다.

〈표 1-2〉 기존 주요 반려동물 연관산업 관련 조사 개요

구분	연구자	조사 대상	대상 산업	주요 조사 내용
소비자 조사	김선희 (2013)	소유자 1,000명	펫푸드 펫용품 펫서비스	<ol style="list-style-type: none"> 서비스 이용실태 <ul style="list-style-type: none"> 동물병원 진료 경험 및 횟수 / 동물병원 진료비 / 미용서비스 이용 경험 및 비용 / 돌봄서비스(호텔) 이용 경험 및 비용 / 반려동물 사후 처리 경험 및 방식 지출실태 <ul style="list-style-type: none"> 월평균 지출 비용(사료·간식, 용품, 그 외) / 사료·용품 구입처 / 지출 비용에 대한 인식 소비자 불만 및 피해 경험 <ul style="list-style-type: none"> 동물병원 및 미용서비스 이용 관련
	지인배 외 (2017)	소유자 588명	펫푸드 펫용품 펫서비스	<ol style="list-style-type: none"> 반려동물 사료 이용 현황 <ul style="list-style-type: none"> 사료 원산지 / 사료 급여량 및 가격 / 사료 구입처 / 사료 구입 시 고려사항 동물병원 이용 경험과 진료비 <ul style="list-style-type: none"> 동물병원 방문 경험 및 이유 / 진료비 및 중성화수술 비용 / 반려동물 마리ング 진료비 및 진료 횟수 반려동물 용품 구입 및 서비스 이용 현황 <ul style="list-style-type: none"> 구입 시 고려사항 / 미용서비스 및 돌봄서비스 이용 현황 반려동물 관련 지출 금액 <ul style="list-style-type: none"> 펫푸드, 펫용품, 펫서비스 등
	황원경· 이신애 (2023)	소유자 1,000명	펫푸드 펫용품 펫서비스	<ol style="list-style-type: none"> 반려동물 양육비 <ul style="list-style-type: none"> 월평균 양육비 / 지출 항목별 비중 / 치료비 및 지출처 반려동물 양육 자금 <ul style="list-style-type: none"> 양육 자금 보유 목적 및 규모 반려동물 전용 보험 <ul style="list-style-type: none"> 반려동물 보험에 대한 인지도, 경로, 가입 현황 반려동물 의료서비스 이용 현황 및 인식 <ul style="list-style-type: none"> 동물병원 방문 여부 및 선택 기준 / 동물병원 지출 비용 / 원격 의료 상담 서비스 및 원격 진료 서비스 관련 인식
	황윤재 외 (2023)	소유자 1,000명	펫푸드	<ol style="list-style-type: none"> 펫푸드 구입 실태 <ul style="list-style-type: none"> 펫푸드 지출액 및 구입 경로 / 펫푸드 유형별 구입 실태 펫푸드 관련 인식 및 평가 <ul style="list-style-type: none"> 펫푸드 제품 및 표시 관련 인식 / 펫푸드 원재료 관련 관심 / 국산 및 수입 펫푸드 선호와 평가
	이용건 외 (2024)	양육자 1,000명	펫푸드 펫용품 펫서비스 펫헬스케어 펫테크	<ol style="list-style-type: none"> 연관산업 상품 및 서비스의 구입 및 이용실태 <ul style="list-style-type: none"> 전체 및 연관산업 분야별 비용 지출과 구매량 및 이용 빈도 변화 / 연관산업 분야별 비용 지출액 연관산업 분류별 구입현황 및 가격/품질 만족도 <ul style="list-style-type: none"> 상품 구매현황(국내산, 수입산) / 상품 구매처(온라인, 오프라인) / 상품 및 서비스 구매 이용 시 고려사항 / 세부 상품 및 서비스별 구매 이용 경험 및 가격·품질 만족도 연관산업 관련 정보 습득 현황 및 필요 정보 <ul style="list-style-type: none"> 연관산업 분야별 관심도 / 상품 및 서비스 관련 정보 수집 방법 / 상품 및 서비스 관련 신뢰 정보 / 상품 및 서비스 구매·이용을 위한 필요 정보 연관산업 인식/트렌드 및 시장 전망 <ul style="list-style-type: none"> 연관산업 관련 인식조사 및 소비자 수요 전망 / 상품 및 서비스에 대한 추후 구매 의향

(계속)

구분	연구자	조사 대상	대상 산업	주요 조사 내용
기업 조사	정민국· 김동훈 (2024)	소유자 1,000명	펫푸드 펫용품 펫서비스	<p>1. 영양 부문 복지실태</p> <ul style="list-style-type: none"> 주요 섭취 식품 / 주기적 간식 제공 여부 / 섭취 식품 구매 시 고려사항 / 사료 및 간식 품의 원산지 선호도 / 기능성 펫푸드 제공 여부 <p>2. 생활환경 부문 복지실태</p> <ul style="list-style-type: none"> 반려동물 관련 생활용품 보유 현황(반려견, 반려묘) <p>3. 건강 및 의료 부문 복지실태</p> <ul style="list-style-type: none"> 주기적 건강검진 및 필수 예방접종 여부 / 동물병원 이용 여부 / 반려동물 보험 관련 인지도, 가입 여부, 가입 기간 및 월 평균 보험료 <p>4. 정신 상태 및 경험 부문 복지실태</p> <ul style="list-style-type: none"> 관찰 장비 사용 여부 / 전용 숙박시설 이용 경험 여부
	황윤재 외 (2023)	관련 기업 41개소	펫푸드	<p>1. 펫푸드 제조 형태 및 제품 유형</p> <ul style="list-style-type: none"> 펫푸드 제조 현황 / 유형 및 기능별 제품 제조 현황 <p>2. 펫푸드 원료 이용실태</p> <ul style="list-style-type: none"> 원료·성분 사용 규모 / 원료 국산 이용 현황과 주요 이유 <p>3. 펫푸드 판매 및 인증 실태</p> <ul style="list-style-type: none"> 펫푸드 판매 실태(국내, 해외 수출) / 펫푸드 관련 인증 및 연구·개발 현황 / 주요 애로사항 및 정부 지원 경험
	이용건 외 (2024)	관련 기업 52개소	펫푸드 펫용품 펫서비스 펫헬스케어 펫테크	<p>1. 상품 및 서비스 관련 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> 상품 및 서비스 목록 및 매출 비중 / 판매·유통채널 및 서비스 홍보 수단 / 개발 및 판매 관련 중요 요소 / 향후 추가 개발, 출시 및 판매 계획 <p>2. 반려동물 산업 관련 통계 및 정보 이용 현황</p> <ul style="list-style-type: none"> 활용 중인 통계자료 및 정보 목록 / 통계자료 및 정보 활용 목적 및 애로사항 / 추가로 필요한 통계자료 목록 <p>3. 반려동물 연관산업 시장 전망</p> <ul style="list-style-type: none"> 국내 반려동물 연관산업 시장 규모 전망 / 해당 기업의 성장 규모 전망 / 성장을 위한 중요 요인

자료: 연구진 작성.

2.3. 본 연구의 차별성

기존 선행연구는 주로 반려동물 연관산업 발전을 위한 국내 기반 조성을 목적으로 수행되었다. 그러나 최근에는 반려동물 연관산업을 신성장산업으로 성장시키기 위한 수출 부문의 정부 정책이 강화됨에 따라 이에 대한 연구의 필요성이 높아지고 있다. 또한 기존에 수행된 반려동물 연관산업 기업 조사는 매우 부족한 실정이며, 소규모 표본을 대상으로 주로 내수시장 중심의 산업 육성 방안 도출을 목

적으로 하고 있어 수출 활성화 방안을 제시하는 데 한계가 존재한다. 일부 조사의 경우 관련 기업의 수출 현황, 수출 의향, 수출 활성화에 대한 애로사항 및 지원 항목에 대한 문항을 포함하고 있지만, 일부 산업 분야(펫푸드)만을 대상으로 하며, 수출 관련 조사 항목이 매우 제한적인 수준에 머무르고 있다.

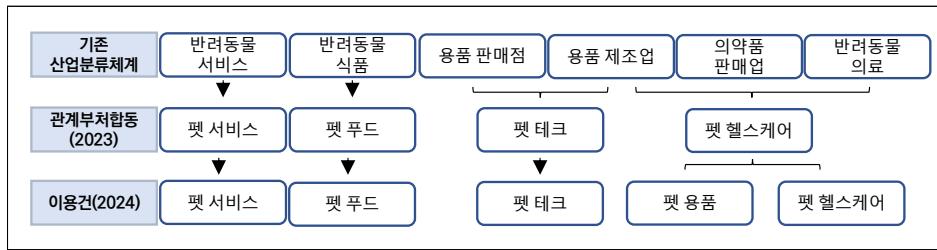
따라서 이 연구는 국내 반려동물 연관산업의 수출 기반 및 현황을 파악한 후 이를 바탕으로 국내 세부 산업 분야별 활성화를 위한 정책과제를 도출한다는 점에서 선행연구와 차별성을 지닌다. 이와 함께 반려동물 연관산업 전 분야에 걸친 수출 기업 및 미수출기업 대상 조사를 통해 연구 범위를 확장하고 수출 중심의 구체적이고 차별화된 조사 항목을 통해 보다 의미 있는 시사점을 도출한다는 점도 연구의 차별성이라 할 수 있다.

3. 연구 범위와 방법

3.1. 연구 범위와 개념 정리

현재 반려동물 연관산업의 개념 및 범위에 대한 학술적인 정의는 명확하지 않은 상황이다. 선행 자료를 통해 이를 살펴보면 먼저, 기존 산업분류체계에서는 ‘반려동물 서비스’, ‘반려동물 식품’, ‘용품 판매업’, ‘용품 제조업’, ‘의약품 판매업’, ‘반려동물 의료’, ‘반려동물 분양’ 등으로 구분되어 있다. 또한 관계부처합동(2023) 및 유도일 외(2023)는 반려동물 연관산업 변화에 대응하여 기존 산업분류체계를 ① 펫푸드(Pet Food), ② 펫헬스케어(Pet Healthcare), ③ 펫테크(Pet Tech), ④ 펫서비스(Pet Service), ⑤ 펫분양(Pet Distribution)으로 세분화하였다. 그리고 이용건 외(2024)는 기존의 ‘펫헬스케어’를 건강관리의 연계성 정도에 따라 ‘펫용품’과 ‘펫헬스케어’로 세분화하였으며, 이를 통해 반려동물 연관산업을 ① 펫푸드, ② 펫용품, ③ 펫서비스, ④ 펫헬스케어, ⑤ 펫테크로 구분하였다.

〈그림 1-1〉 선행 자료 내 반려동물 연관산업 분류체계 정리



자료: 관계부처합동(2023); 이용건 외(2024)를 이용하여 연구진 작성.

이용건 외(2024)에서 제시된 반려동물 연관산업의 분류 기준 및 세부 내용을 살펴보면 먼저, ‘펫푸드’ 산업은 반려동물 식품으로 사료(건식, 습식 등), 간식, 처방식(질환 관리 사료), 의약외품(보충제 등)이 포함되며, ‘펫용품’ 산업은 반려동물의 배변 용품이나, 위생용품을 포함하는 ‘펫관리용품’과 반려동물의 의류, 수면, 이동을 위한 기자재 등인 ‘펫생활용품’이 포함된다. 또한 ‘펫서비스’ 산업은 반려동물과 반려인들을 위한 펫그루밍(미용 등), 숙박/위탁보호, 교육/훈련, 장묘, 여행 등의 산업을 포괄하며, ‘펫헬스케어’ 산업은 반려동물의 건강관리를 위한 서비스로 동물병원, 펫보험과 반려동물 건강관리를 위한 동물약품, 의료기기를 포함한다. 그리고 ‘펫테크’ 산업은 제품이라는 특성상 펫용품에 포함하여 취급할 수 있으나, 최근 스마트/디지털 기술산업의 성장을 반영하여 일반적인 펫용품과는 별도의 산업으로 분류할 수 있다. 즉, 펫테크 산업은 반려동물 관리와 관련된 기술 및 제품을 개발하고 제공하는 산업으로 디지털 헬스케어, 자동화 스마트기기와 스마트기기를 활용하는 엔터테인먼트/안전관리 용품 등이 포함된다.

〈표 1-3〉 반려동물 연관산업의 분류 및 세부 내용

분류	세부 내용
펫푸드 (Pet Food)	사료(건식, 습식 등), 간식, 처방식(질환 관리 사료), 의약외품(보충제 등)
펫용품 (Pet Product)	펫관리용품, 펫생활용품
펫서비스 (Pet Service)	펫그루밍(미용 등), 숙박/위탁보호, 교육/훈련, 장묘, 펫여행·놀이 등 기타

(계속)

분류	세부 내용
펫헬스케어 (Pet Healthcare)	동물병원(수의 서비스), 동물약품(약 처방), 펫보험, 의료기기 등
펫테크 (Pet Tech)	디지털 헬스케어, 자동화 스마트기기, 스마트기기 활용 엔터테인먼트/안전관리 용품

자료: 이용건 외(2024).

따라서 이 연구는 관계부처합동(2023)과 이용건 외(2024)에서 제시된 반려동물 연관산업의 분류 및 개념을 참고하여 연구 범위를 ① 펫푸드, ② 펫용품, ③ 펫헬스케어, ④ 펫테크로 한정하였다.³⁾ 다만, 펫서비스와 펫헬스케어 분야에 포함되어 있는 동물의료와 펫보험은 무형의 재화로써 직접적인 제품 수출과는 관련성이 적으므로 연구 범위에서 제외하였다.

3.2. 연구 방법

연구 수행을 위해 먼저, 반려동물 연관산업과 관련한 다양한 국내외 선행연구와 수출 부문 정책 자료를 검토하였으며, 세부 산업 분야별 2차 통계자료 분석을 통해 국내외 반려동물 연관산업 현황을 파악하였다. 또한 국내외 반려동물 연관산업 교역 정책을 파악하기 위하여 해외 주요국(미국, 일본)을 포함한 국내외 수출입 관련 제도를 심층적으로 검토하였으며, 반려동물 연관산업 기업의 수출 관련 실태 파악을 위해 수출기업 및 미수출기업을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 특히, 기존 조사와의 차별성 확보를 위해 조사 표본의 규모를 확대하는 한편, 실제 수출 경험이 있는 기업을 조사 대상에 포함하기 위하여 정부의 수출 활성화 관련 지원사업에 대한 지원 또는 수혜 경험이 있는 기업 리스트를 조사에 활용하였다. 이와 함께 현장 중심의 더욱 심도 있는 의견수렴을 위해 수출기업에 대한 현장 방문 조사 및 연구협의회를 병행하여 실시하였다.

3) 펫서비스는 미용 및 위탁관리, 운송, 놀이 및 훈련, 행동 교정 등과 밀접한 연관이 있으며, 관련 업종은 무형의 재화로 수출과 관련성이 적어 연구 범위에서 제외하였다.

4. 연구 내용

이 연구는 다음과 같은 내용으로 구성된다.

먼저, 제2장에서는 관련 기관의 2차 자료를 이용하여 국내외 반려동물 연관산업의 시장 규모와 수출입 동향 등을 파악하고 이에 대한 시사점을 도출한다.

제3장에서는 미국, 일본, 우리나라의 반려동물 연관산업 수출 지원 제도와 수입 관련 제도 및 규제사항을 정리한다. 이를 바탕으로 수출 활성화에 효과적일 것으로 판단되는 미국 및 일본 수출 지원사업의 특징과 시사점을 정리한다.

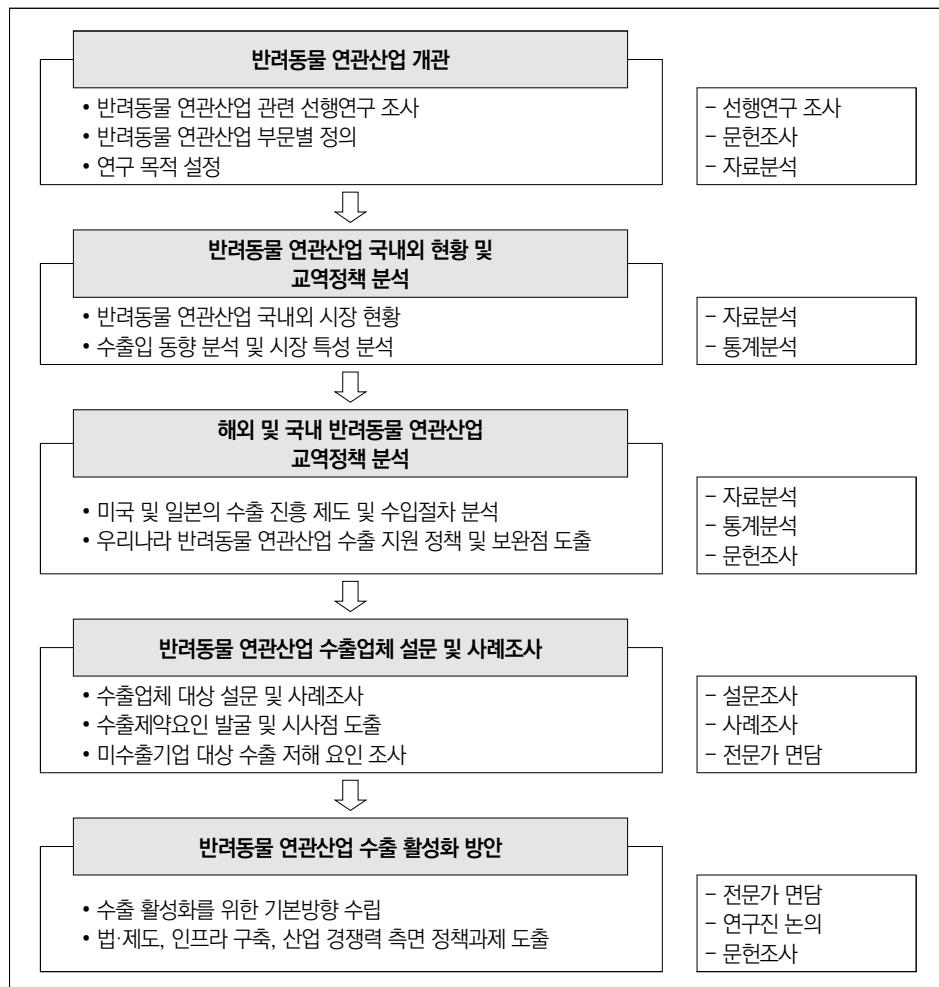
제4장에서는 반려동물 연관산업 기업 설문조사를 통해 수출기업의 생산·수출 현황, 수출 의향 및 애로사항, 수출 관련 정책 평가 및 수요조사 결과를 분석하고 미수출기업의 미수출 원인 및 향후 수출 의향과 수출 대상 국가를 파악함으로써 이에 대한 시사점을 도출한다.

마지막으로 제5장에서는 반려동물 연관산업의 수출 활성화 방안을 법·제도, 인프라 구축, 산업 경쟁력 측면으로 구분하여 제시한다. 이를 위해 미국 및 일본의 수출 지원 정책과 반려동물 연관산업 기업 조사 결과를 종합적으로 검토하여 반려동물 연관산업 수출 활성화의 기본방향과 정책과제를 제시한다.

5. 연구추진체계

이 연구는 앞에서 제시한 주요 연구 방법과 연구 내용을 바탕으로 국내외 반려동물 연관산업 현황 및 정책 검토와 국내 기업의 수출실태 및 애로사항 파악을 통해 국내 반려동물 연관산업의 수출 활성화를 위한 기본방향과 정책과제를 도출하여 제시한다.

〈그림 1-2〉 연구추진체계도



자료: 연구진 작성.

제2장

국내외 반려동물 연관산업 현황

국내외 반려동물 연관산업 현황

1. 세계 반려동물 연관산업 시장 현황 및 전망

1.1. 펫푸드

1.1.1. 시장 현황

전체 펫푸드의 세계시장 매출액 규모는 2018년 약 884억 달러에서 2024년 약 1,343억 달러로 연평균 7.2% 증가하였다. 2024년 기준 시장 규모가 가장 큰 국가는 47.1%의 비중을 차지하고 있는 미국으로 동기간 약 363억 달러에서 약 633억 달러로 연평균 9.7% 증가하였다. 다음으로 일본 약 85억 달러, 브라질 약 73억 달러, 캐나다 약 57억 달러, 중국 약 72억 달러, 독일 및 프랑스 약 35억 달러 등의 순으로 나타났으며, 특히, 중국의 연평균 증가율이 18.9%로 매우 높게 나타났다. 또한 우리나라에는 동기간 약 9억 달러에서 약 16억 달러로 연평균 10.3% 증가하였으며, 전 세계 펫푸드 시장에서 차지하는 비중은 1.2%인 것으로 나타났다.

〈표 2-1〉 전체 펫푸드 세계시장 현황

단위: 백만 달러, %

구분	2018		2020		2022		2024		연평균 증가율
미국	36,347	41.1	42,044	42.7	54,331	46.3	63,286	47.1	9.7
일본	6,509	7.4	7,046	7.2	7,780	6.6	8,544	6.4	4.6
브라질	5,202	5.9	5,711	5.8	6,418	5.5	7,297	5.4	5.8
캐나다	4,249	4.8	4,807	4.9	5,317	4.5	5,743	4.3	5.2
중국	2,542	2.9	3,478	3.5	4,960	4.2	7,196	5.4	18.9
독일	3,135	3.5	3,209	3.3	3,327	2.8	3,490	2.6	1.8
프랑스	3,217	3.6	3,154	3.2	3,295	2.8	3,484	2.6	1.3
한국	894	1.0	1,065	1.1	1,305	1.1	1,605	1.2	10.3
세계 전체	88,493	100.0	98,514	100.0	117,279	100.0	134,302	100.0	7.2

자료: Global Market Insight(2024).

펫푸드를 일반 펫푸드와 기능성 펫푸드로 구분하여 살펴보면 먼저, 일반 펫푸드의 세계시장 규모는 2018년 약 815억 달러에서 2024년 약 1,244억 달러로 연평균 7.3% 증가하였다. 2024년 기준 시장 규모가 가장 큰 국가는 47.6%의 비중을 차지하고 있는 미국으로 동기간 약 337억 달러에서 약 592억 달러로 연평균 9.9% 증가하였다. 일본은 약 80억 달러, 브라질 약 69억 달러, 캐나다 약 53억 달러, 중국 약 67억 달러, 독일 약 33억 달러, 프랑스 약 32억 달러 등의 순으로 나타났으며, 연평균 증가율은 중국이 19.0%로 가장 높게 나타났다. 또한 우리나라에는 동기간 약 8.3억 달러에서 약 15억 달러로 연평균 10.3% 증가하였으며, 전 세계 일반 펫푸드 시장에서 차지하는 비중은 1.2%인 것으로 나타났다.

〈표 2-2〉 일반 펫푸드 세계시장 현황

단위: 백만 달러, %

구분	2018		2020		2022		2024		연평균 증가율
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
미국	33,657	41.3	39,059	43.0	50,637	46.7	59,172	47.6	9.9
일본	6,123	7.5	6,631	7.3	7,325	6.8	8,048	6.5	4.7
브라질	4,894	6.0	5,376	5.9	6,043	5.6	6,873	5.5	5.8
캐나다	3,850	4.7	4,370	4.8	4,849	4.5	5,255	4.2	5.3

(계속)

구분	2018		2020		2022		2024		연평균 증가율
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
중국	2,373	2.9	3,249	3.6	4,636	4.3	6,728	5.4	19.0
독일	2,972	3.6	3,039	3.3	3,147	2.9	3,298	2.7	1.7
프랑스	2,968	3.6	2,898	3.2	3,016	2.8	3,176	2.6	1.1
한국	828	1.0	987	1.1	1,210	1.1	1,490	1.2	10.3
세계 전체	81,520	100.0	90,886	100.0	108,414	100.0	124,372	100.0	7.3

자료: Global Market Insight(2024).

다음으로 기능성 펫푸드의 세계시장 규모는 2018년 약 70억 달러에서 2022년 약 99억 달러로 연평균 6.1% 증가하였다. 2024년 기준 시장 규모가 가장 큰 국가는 41.4%의 비중을 차지하고 있는 미국으로 동기간 약 27억 달러에서 약 41억 달러로 연평균 7.3% 증가하였다. 일본은 약 5억 달러, 캐나다 약 4.9억 달러, 브라질 약 4.2억 달러, 중국 약 4.7억 달러, 프랑스 약 3.1억 달러, 독일 약 1.9억 달러 등의 순으로 나타났으며, 연평균 증가율은 중국이 18.6%로 가장 높게 나타났다. 또한 우리나라에는 동기간 약 0.7억 달러에서 약 1.2억 달러로 연평균 10.0% 증가하였으며, 전 세계 기능성 펫푸드 시장에서 차지하는 비중은 1.2%인 것으로 나타났다.

〈표 2-3〉 기능성 펫푸드 세계시장 현황

단위: 백만 달러, %

구분	2018		2020		2022		2024		연평균 증가율
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
미국	2,690	38.6	2,985	39.1	3,695	41.7	4,114	41.4	7.3
일본	385	5.5	414	5.4	454	5.1	496	5.0	4.3
브라질	308	4.4	336	4.4	375	4.2	423	4.3	5.4
캐나다	399	5.7	437	5.7	468	5.3	488	4.9	3.4
중국	168	2.4	229	3.0	324	3.7	468	4.7	18.6
독일	163	2.3	170	2.2	180	2.0	192	1.9	2.8
프랑스	249	3.6	256	3.4	279	3.2	308	3.1	3.6
한국	65	0.9	78	1.0	94	1.1	116	1.2	10.0
세계 전체	6,973	100.0	7,628	100.0	8,864	100.0	9,930	100.0	6.1

자료: Global Market Insight(2024).

1.1.2. 시장 전망

전 세계 펫푸드 시장 규모는 2032년 약 2,246억 달러로 전망된다. 가장 큰 비중을 차지하고 있는 미국의 시장 규모는 2026년 약 724억 달러에서 2032년 약 972억 달러로 연평균 5.0% 증가할 것으로 전망되며, 중국은 경제성장에 따른 생활 여건 상승으로 2026년 약 98억 달러에서 2032년 약 264억 달러로 연평균 17.9%의 고도 성장이 전망된다. 또한 우리나라의 시장 규모는 동기간 약 20억 달러에서 약 38억 달러로 연평균 11.4% 증가할 것으로 전망된다.

〈표 2-4〉 전체 펫푸드 세계시장 전망

단위: 백만 달러, %

구분	2026		2028		2030		2032		연평균 증가율
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
미국	72,401	47.4	81,339	46.7	89,721	45.3	97,153	43.3	5.0
일본	9,306	6.1	9,998	5.7	10,576	5.3	10,930	4.9	2.7
브라질	8,392	5.5	9,758	5.6	11,485	5.8	13,674	6.1	8.5
캐나다	6,170	4.0	6,593	3.8	7,008	3.5	7,408	3.3	3.1
중국	9,834	6.4	13,830	7.9	19,151	9.7	26,408	11.8	17.9
독일	3,704	2.4	4,033	2.3	4,456	2.3	4,974	2.2	5.0
프랑스	3,727	2.4	3,989	2.3	4,390	2.2	4,881	2.2	4.6
한국	1,982	1.3	2,450	1.4	3,041	1.5	3,786	1.7	11.4
세계 전체	152,826	100.0	174,136	100.0	197,937	100.0	224,567	100.0	6.6

자료: Global Market Insight(2024).

1.1.3. 교역 현황

가. 수입 현황

펫푸드 수입액이 가장 많은 국가는 독일이며, 2024년 약 24억 달러의 펫푸드를 수입한 것으로 나타났다. 이는 2018년 약 15억 달러보다 연평균 8.8% 증가한 수치이며, 2024년 기준 수입단가는 2.8달러/kg인 것으로 나타났다. 2024년 기준 독일

다음으로 수입액이 많은 국가는 미국 약 22억 달러, 영국 약 18억 달러, 폴란드 약 15억 달러, 캐나다 약 14억 달러 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-5〉 국가별 펫푸드 수입 현황

단위: 백만 달러, 천 톤, 달러/kg, %

구분	2018	2020	2022	2024	연평균 증가율
독일	수입액	1,465	1,685	2,083	2,435
	수입량	695	780	836	859
	단가	2.1	2.2	2.5	2.8
미국	수입액	985	1,232	2,161	2,216
	수입량	254	292	391	393
	단가	3.9	4.2	5.5	5.6
영국	수입액	878	1,004	1,363	1,762
	수입량	523	544	601	710
	단가	1.7	1.8	2.3	2.5
폴란드	수입액	571	982	1,164	1,530
	수입량	290	432	517	529
	단가	2.0	2.3	2.3	2.9
캐나다	수입액	684	898	1,260	1,380
	수입량	274	378	438	431
	단가	2.5	2.4	2.9	3.2
기타	수입액	8,169	10,146	13,038	14,738
	수입량	4,629	5,417	6,142	6,169
	단가	1.8	1.9	2.1	2.4
전체	수입액	14,084	17,550	22,903	26,416
	수입량	7,393	8,632	9,798	10,068
	단가	1.9	2.0	2.3	2.6

주: HS코드 2309.10(개나 고양이용 사료) 기준 자료임.

자료: ITC Trade Map(검색일: 2025. 5. 12.).

주요 국가 중 독일이 전 세계 펫푸드 수입시장에서 차지하는 비율은 2018년 10.4%에서 2024년 9.2%로 감소하였으나, 가장 높은 비율을 차지하는 것으로 나타났다. 2024년 기준 독일 다음으로 점유율이 높은 국가는 미국 8.4%, 영국 6.7%, 폴란드 5.8%, 캐나다 5.2%, 프랑스 4.6%, 이탈리아 4.3% 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-6〉 국가별 펫푸드 수입시장 점유율

단위: %

구분	2018	2020	2022	2024
독일	10.4	9.6	9.1	9.2
미국	7.0	7.0	9.4	8.4
영국	6.2	5.7	6.0	6.7
폴란드	4.1	5.6	5.1	5.8
캐나다	4.9	5.1	5.5	5.2
프랑스	5.0	5.1	4.0	4.6
이탈리아	4.5	4.0	4.0	4.3
기타	58.0	57.8	56.9	55.8
전체	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 기타에는 벨기에, 네덜란드, 일본, 오스트리아, 스페인 등이 포함됨.

자료: ITC Trade Map(검색일: 2025. 5. 12.).

나. 수출 현황

펫푸드 수출액이 가장 많은 국가는 독일이며, 2024년 약 33억 달러의 펫푸드를 수출한 것으로 나타났다. 이는 2018년 약 18억 달러보다 연평균 10.9% 증가한 수치이며, 2024년 기준 수출단가는 3.0달러/kg인 것으로 나타났다. 2024년 기준 독일 다음으로 수출액이 많은 국가는 태국 약 27억 달러, 미국 약 25억 달러, 폴란드 약 24억 달러, 프랑스 약 23억 달러 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-7〉 국가별 펫푸드 수출 현황

단위: 백만 달러, 천 톤, 달러/kg, %

구분	2018	2020	2022	2024	연평균 증가율
독일	수출액	1,764	2,215	2,835	10.9
	수출량	834	1,006	1,135	4.9
	단가	2.1	2.2	2.5	6.1
태국	수출액	1,318	1,647	2,436	12.5
	수출량	533	609	818	7.7
	단가	2.5	2.7	3.0	4.2
미국	수출액	1,462	1,724	2,496	9.5
	수출량	710	835	946	3.1
	단가	2.1	2.1	2.6	5.5

(계속)

구분	2018	2020	2022	2024	연평균 증가율
폴란드	수출액	889	1,306	1,715	2,408
	수출량	527	722	796	894
	단가	1.7	1.8	2.2	2.7
프랑스	수출액	1,522	1,658	2,057	2,308
	수출량	869	947	1,043	967
	단가	1.8	1.8	2.0	2.4
기타	수출액	5,412	6,781	8,460	10,390
	수출량	3,457	4,227	4,499	4,568
	단가	1.6	1.6	1.9	2.3
전체	수출액	14,440	17,595	22,797	26,809
	수출량	7,716	9,173	10,169	10,244
	단가	1.9	1.9	2.2	2.6

주: HS코드 2309.10(개나 고양이용 사료) 기준 자료임.

자료: ITC Trade Map(검색일: 2025. 5. 12.).

주요 국가 중 독일이 전 세계 펫푸드 수출시장에서 차지하는 비율은 2018년 이후 12% 수준으로 일정하게 유지되고 있는 것으로 나타났다. 2024년 기준 독일 다음으로 점유율이 높은 국가는 태국 10.0%, 미국 9.4%, 폴란드 9.0%, 프랑스 8.6%, 네덜란드 6.5%, 중국 5.5% 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-8〉 국가별 펫푸드 수출시장 점유율

단위: %

구분	2018	2020	2022	2024
독일	12.2	12.6	12.4	12.2
태국	9.1	9.4	10.7	10.0
미국	10.1	9.8	10.9	9.4
폴란드	6.2	7.4	7.5	9.0
프랑스	10.5	9.4	9.0	8.6
네덜란드	8.3	7.3	6.8	6.5
중국	6.1	5.6	5.5	5.5
기타	38.4	38.6	36.9	39.3
전체	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 기타에는 벨기에, 네덜란드, 일본, 오스트리아, 스페인 등이 포함됨.

자료: ITC Trade Map(검색일: 2025. 5. 12.).

1.1.4. 소결

독일은 전 세계 펫푸드의 수입량과 수출량이 가장 많은 국가이며, 미국은 두 번째인 것으로 나타났다. 먼저, 독일의 펫푸드 시장 특성을 살펴보면 독일에서 수입하는 펫푸드는 주로 중저가에서 중간 정도에 위치한 제품의 비중이 높고 새로운 맛과 특정 수요(무곡물, 무알러지, 비건·식물성 등)에 대한 제품 수입이 활발한 것으로 나타났다(캐나다 농무부, 검색일: 2017. 9. 24.). 그리고 수출하는 펫푸드는 독일 제조업체의 프리미엄 브랜드 및 품질을 강조하는 제품의 비중이 높고 원자재나 중간재보다는 완제품의 비중이 높은 것으로 나타났다(미국 상무부 국제무역청, 검색일: 2025. 9. 24.).

다음으로 미국의 펫푸드 시장 특성을 살펴보면 미국에서 수입하는 펫푸드는 미국 식품의약국(FDA)과 농무부(USDA)의 규제 및 수입 요건을 만족해야 하며, 특히, FDA에 대한 시설 등록, 라벨링 규정 준수, 안전성 시험 등이 필요한 것으로 파악되었다. 이와 함께 수입 펫푸드에 포함된 동물성 원료 사용 허가 여부, 잔류물(residues) 규제, 가축 질병 관련 제약 등이 적용되는 것으로 나타났다(APPA, 검색일: 2024. 9. 24.). 이와 같은 규제는 미국으로의 펫푸드 수출에 대한 비관세 장벽으로 작용하고 있다는 지적이 제기된 바 있다(Food Safety Einnews, 2019. 8. 29.; aT Kati, 재인용, 2019). 그리고 미국에서 수출하는 펫푸드는 완제품이 대부분이며, 미국사료관리협회(AAFCO)의 사료 가이드라인을 준수한 제품의 경우 제품명, 순량, 영양 성분, 제조사/유통사 정보 등을 제공하도록 되어 있어 제품 신뢰도 확보가 가능하다는 장점이 있다. 이를 바탕으로 미국산 펫푸드는 고급·기능성 중심의 수출 전략 추진과 함께 브랜드 신뢰도 및 품질을 강조하고 있다.

한편, 앞에서 언급한 독일을 포함한 EU 소속 국가 및 영국에서는 유럽펫푸드산업연합(FEDIAF)에서 제시하고 있는 반려동물 영양기준이 적용된 제품의 생산 및 소비가 중심을 이루고 있다. 또한 유럽은 국가별 소비 특성, 문화, 소득 수준 등이 상이하여 펫푸드의 선호에 차이가 있다. 즉, 영국, 독일, 프랑스 등과 같은 서유럽 국가들은 프리미엄 제품과 육류 기반 및 건강 특화 사료 중심의 수요가 높다고

할 수 있으며, 이에 반해 동유럽 국가들은 상업 펫푸드로의 전환이 상대적으로 늦어 향후 펫푸드 분야의 시장성장이 기대되는 지역이라 할 수 있다(PetFood Industry, 2017. 7. 10.).

1.2. 펫용품

1.2.1. 시장 현황

전 세계 펫용품 시장 규모는 2018년 약 281억 달러에서 2024년 약 398억 달러로 연평균 5.9% 증가하였다. 2024년 기준 시장 규모가 가장 큰 국가는 67.0%의 비중을 차지하고 있는 미국으로 동기간 약 181억 달러에서 약 266억 달러로 연평균 6.6% 증가하였다. 다음으로 호주 19억 달러, 중국 약 22억 달러, 일본 약 13억 달러로 나타났으며, 중국의 연평균 증가율이 13.1%로 가장 높게 나타났다. 또한 우리나라는 동기간 약 1.5억 달러에서 약 2.8억 달러로 연평균 11.1% 증가하였으며, 전 세계 펫용품 시장에서 차지하는 비중은 0.7%로 나타났다.

〈표 2-9〉 펫용품 세계시장 현황

단위: 백만 달러, %

구분	2018		2020		2022		2024		연평균 증가율
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
미국	18,131	64.4	18,514	63.4	25,103	68.1	26,615	67.0	6.6
호주	1,462	5.2	1,580	5.4	1,746	4.7	1,925	4.8	4.7
중국	1,061	3.8	1,312	4.5	1,691	4.6	2,217	5.6	13.1
일본	1,040	3.7	1,104	3.8	1,194	3.2	1,284	3.2	3.6
영국	978	3.5	916	3.1	940	2.5	973	2.4	-0.1
브라질	717	2.5	788	2.7	885	2.4	1,007	2.5	5.8
캐나다	541	1.9	606	2.1	663	1.8	708	1.8	4.6
한국	150	0.5	182	0.6	226	0.6	282	0.7	11.1
세계 전체	28,149	100.0	29,192	100.0	36,882	100.0	39,753	100.0	5.9

자료: Global Market Insight(2024).

1.2.2. 시장 전망

전 세계 펫용품 시장 규모는 2032년 약 541억 달러로 전망된다. 가장 큰 비중을 차지하고 있는 미국의 시장 규모는 2026년 약 281억 달러에서 2032년 약 323억 달러로 연평균 2.3% 증가할 것으로 전망되며, 펫푸드 시장과 마찬가지로 중국은 경제성장에 따른 생활 여건 상승으로 2026년 약 28억 달러에서 2032년 약 59억 달러로 연평균 13.3%의 높은 성장률을 보일 것으로 전망된다. 또한 우리나라의 시장 규모는 2026년 약 3.5억 달러에서 2032년 약 7억 달러로 연평균 12.1% 증가할 것으로 전망된다.

〈표 2-10〉 펫용품 세계시장 전망

구분	2026		2028		2030		2032		연평균 증가율
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
미국	28,098	65.7	29,539	64.0	30,921	62.0	32,300	59.7	2.3
호주	2,114	4.9	2,304	5.0	2,494	5.0	2,672	4.9	4.0
중국	2,781	6.5	3,597	7.8	4,606	9.2	5,897	10.9	13.3
일본	1,369	3.2	1,439	3.1	1,489	3.0	1,503	2.8	1.6
영국	1,016	2.4	1,051	2.3	1,121	2.2	1,205	2.2	2.9
브라질	1,157	2.7	1,345	2.9	1,582	3.2	1,881	3.5	8.4
캐나다	752	1.8	794	1.7	833	1.7	870	1.6	2.5
한국	353	0.8	443	1.0	557	1.1	703	1.3	12.1
세계 전체	42,768	100.0	46,150	100.0	49,893	100.0	54,115	100.0	4.0

자료: Global Market Insight(2024).

1.2.3. 교역 현황⁴⁾

가. 수입 현황

펫용품 수입액이 가장 많은 국가는 미국이며, 2018년 약 5.4억 달러에서 2024년 약 5.9억 달러로 연평균 1.7% 증가한 것으로 나타났다. 2024년 기준 미국 다음으

4) 펫용품은 HS코드 4201.00(동물용 안장 및 하네스, 의류)을 이용하여 작성하였다.

로 수입액이 많은 국가는 독일 약 1.8억 달러, 영국 약 1.5억 달러, 네덜란드 약 1.1억 달러 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-11〉 국가별 펫용품 수입 현황

구분	2018	2020	2022	2024	단위: 백만 달러, %
					연평균 증가율
미국	535	526	816	591	1.7
독일	172	179	267	179	0.7
영국	100	111	188	148	6.8
네덜란드	72	87	138	110	7.3
프랑스	89	89	125	102	2.3
캐나다	65	68	114	84	4.4
일본	60	54	70	64	1.1
한국	29	25	34	29	-
기타	520	562	888	762	6.6
세계 전체	1,641	1,700	2,640	2,069	3.9

주: HS코드 4201.00(동물용 안장 및 하네스, 의류) 기준 자료임.

자료: ITC Trade Map(검색일: 2025. 5. 12.).

나. 수출 현황

펫용품 수출액이 가장 많은 국가는 중국이며, 2018년 약 6.3억 달러에서 2024년 약 11억 달러로 연평균 10.1% 증가한 것으로 나타났다. 2024년 기준 중국 다음으로 수출액이 많은 국가는 인도 약 2억 달러, 독일 약 1.9억 달러, 베트남 약 1.5억 달러, 네덜란드 약 1.3억 달러, 우리나라 약 630만 달러 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-12〉 국가별 펫용품 수출 현황

구분	2018	2020	2022	2024	단위: 백만 달러, %
					연평균 증가율
중국	628	805	1,368	1,117	10.1
인도	160	162	250	199	3.7
독일	183	206	220	188	0.5
베트남	32	51	91	149	29.2
네덜란드	70	73	146	130	10.9

(계속)

구분	2018	2020	2022	2024	연평균 증가율
이탈리아	81	80	104	87	1.2
프랑스	77	75	77	82	1.1
한국	5.8	8.1	9.2	6.3	1.4
기타	503	536	694	627	3.7
세계 전체	1,739	1,996	2,959	2,586	6.8

주: HS코드 4201.00(동물용 안장 및 하네스, 의류) 기준 자료임.

자료: ITC Trade Map(검색일: 2025. 5. 12.).

1.2.4. 소결

펫용품 부문에는 반려동물 의류, 장난감, 식기, 목욕 및 위생용품, 깔개 등 생활에 필요한 전반적인 용품이 포함되며, 이들 제품은 일반 제조업체에서 생산되는 제품이라 할 수 있다. 따라서 가격 경쟁력을 갖춘 제조업 기반 국가들의 수출 규모가 높고 주요 선진국들은 이들 제품을 수입하여 사용하고 있다.

주요 국가들을 중심으로 살펴보면 먼저, 중국은 대량생산 및 가격 경쟁력과 제조 인프라 및 산업클러스터를 기반으로 규모의 경제 확보가 가능한 국가라고 할 수 있으며, 이를 바탕으로 펫용품 수출액이 큰 폭으로 상승하고 있다.

다음으로 인도는 낮은 인건비 및 제조 비용을 바탕으로 단가 경쟁력 측면에서 위를 가지고 있어 가격에 민감한 시장(동남아시아 및 아프리카)을 주요 수출 대상국으로 삼고 있다(DataVerse E Inc, 2024. 12. 2.). 현재 가격만을 우선시한 제품은 품질·위생·포장·인증 측면에서 경쟁력을 갖추기 어렵다. 인도 내 제조업체들은 품질관리와 국제 표준 준수를 통해 제품 경쟁력 향상을 유도하고 있어 향후 중국산 제품과의 경쟁이 점차 심화될 것으로 전망된다.

1.3. 펫헬스케어 및 펫테크

전 세계 펫헬스케어 시장 규모는 2032년 약 1,011억 달러로 전망된다. 펫헬스케어 관련 용품 중 동물용 의약품은 2022년 약 446억 달러에서 2032년 약 980억 달러로 연평균 8.2%의 성장이 예상되며, 수의용 소프트웨어는 동기간 약 2.1억 달러에서 약 3.8억 달러로 연평균 6.3% 증가할 것으로 전망된다. 그리고 동물용 의료기기는 동기간 약 15억 달러에서 약 28억 달러로 연평균 6.3%의 성장률을 보일 것으로 전망된다.

〈표 2-13〉 세계 펫헬스케어 시장 현황 및 전망

구분	단위: 백만 달러, %						
	2022	2024	2026	2028	2030	2032	연평균 증가율
동물용 의약품	44,590	52,203	61,115	71,549	83,764	98,064	8.2%
수의용 S/W	208	235	266	300	339	384	6.3%
동물용 의료기기	1,493	1,687	1,906	2,154	2,433	2,750	6.3%
합계	46,291	54,124	63,286	74,002	86,536	101,197	8.1%

주 1) 동물용 의약품에는 약독화 생백신, DNA 백신, 재조합 백신, 비활성화 백신, 항감염제, 항염증제, 진통제 및 기타 약품이 포함됨.

2) 동물용 의료기기에는 방사선 촬영 시스템, 초음파 시스템, 컴퓨터 단층촬영 시스템, 자기공명 영상 시스템, 비디오 내시경 영상시스템, X-선 CT 조영제, MRI 조영제, 초음파 조영제가 포함됨.

자료: 유도일 외(2023)를 이용하여 연구진 작성.

전 세계 펫테크 시장 규모는 2032년 약 114억 달러로 전망된다. 펫테크 관련 용품 중 자동화 기기는 2022년 약 15억 달러에서 2032년 약 29억 달러로 연평균 7.0%의 성장이 예상되며, 스마트 장난감은 동기간 약 11억 달러에서 약 23억 달러로 연평균 7.4% 증가할 것으로 전망된다. 그리고 펫안전용품은 동기간 약 10억 달러에서 약 61억 달러로 연평균 19.4%의 높은 성장률을 보일 것으로 전망된다.

다만, 펫테크 제품은 산업 분야의 특성상 다양한 HS코드로의 분류가 가능해 정확한 무역 통계를 집계하기는 쉽지 않은 상황이며, 이에 따라 교역 현황 집계도 어려운 실정이다.⁵⁾

〈표 2-14〉 세계 펫테크 시장 현황 및 전망

단위: 백만 달러, %

구분	2022	2024	2026	2028	2030	2032	연평균 증가율
자동화 기기	1,502	1,713	1,957	2,239	2,566	2,946	7.0
스마트 장난감	1,115	1,286	1,484	1,711	1,974	2,277	7.4
펫안전용품	1,042	1,450	2,046	2,923	4,219	6,142	19.4
합계	3,660	4,449	5,486	6,873	8,759	11,364	12.0%

주 1) 자동화 기기에는 자동 사료 급이기, 자동 급수기, 스마트 화장실 등이 포함됨.

2) 펫안전용품에는 추적 장비, 모니터링 장비, 스마트 목줄 및 가슴 줄, 반려동물 울타리 등이 포함됨.

3) 유도일 외(2023)는 질병 진단키트를 펫테크에 포함하였으나, 이 연구에서는 제외함.

자료: 유도일 외(2023)를 이용하여 연구진 작성.

2. 국내 반려동물 연관산업 시장 현황 및 전망

2.1. 펫푸드

2.1.1. 수급 현황

국내 펫푸드 생산량은 2020년 13만 6천 톤에서 2024년 19만 7천 톤으로 연평균 9.7% 증가하였으며, 펫푸드 출하액은 2020년 약 3,560억 원에서 2023년 약 1조 2,740억 원으로 연평균 53.0% 증가하였다.⁶⁾ 특히, 코로나19 확산으로 인해 외부 활동 감소와 반려동물 양육이 증가한 2020~2022년 기간 동안 증가 폭이 두드러진 것으로 파악되었다. 또한 반려동물 사료 단가는 2020년 2,621원/kg에서 2023년 6,879원/kg으로 상승하였으며, 이는 원료 가격 상승과 더불어 고급 사료에 대한 수요가 증가했기 때문으로 판단된다.

5) 스마트 장난감, 자동 급수기, 모니터링 장비 등의 펫테크 제품은 교역 시 전자기기, 가전제품, 동물 용품 등 다양한 코드로 분류되어 일관적인 집계가 어려운 상황이다.

6) 〈표 2-1〉과 〈표 2-15〉는 통계 집계 기준(시장 규모 및 생산액)의 차이로 수치에 다소 차이가 있다.

〈표 2-15〉 반려동물 사료 생산액 및 생산량 변화 추이

단위: 십억 원, 천 톤, 원/kg

구분	2020	2021	2022	2023
생산액	357	717	1,051	1,281
출하액	356	720	1,041	1,274
연말재고액	13	18	32	39
생산량	136	164	187	186
단가	2,621	4,373	5,622	6,879

주 1) 단가는 생산액과 생산량을 이용하여 작성함.

2) 국가데이터처(각 연도)의 애완동물 사료 부문의 연말재고액 자료가 2019년부터 발표되어 2020년부터 표를 작성함.

자료 1) 생산·출하·재고액은 국가데이터처(각 연도)를 이용하여 작성.

2) 생산량은 농림축산식품부(각 연도), 배합사료 생산실적을 이용하여 작성.

2024년 국내 펫푸드 총공급량(생산액, 수입량, 이월 재고의 합)은 약 26만 4,000 톤으로 2020년 이후 연평균 7.8% 증가하였으며, 생산량은 19만 7,411톤, 수입량은 6만 6,691톤, 전년 이월 재고는 5,730톤으로 나타났다. 또한 2024년 국내 펫푸드 총수요량 중 국내 소비는 19만 4,071톤이며, 수출량은 6만 3,955톤, 차 연도 이월 재고는 6,076톤으로 나타났다. 특히, 펫푸드 수출량은 2020년 이후 연평균 26.0%의 높은 성장률을 보이는 것으로 파악되었다.

한편, 국내 펫푸드 시장에서 국내산이 차지하는 비중은 2020년 65.1%에서 2023년 68.5%까지 증가한 이후 2024년 66.7%로 집계되었다. 국내산 제품의 시장 점유율이 앞으로 더 증가할 여지는 아직 충분한 상황이나, 이와 동시에 해외 수출 활성화를 통해서 국내산 펫푸드 시장 규모를 추가로 확대할 필요성이 제기되고 있으며, 이를 위한 적극적인 해외시장 개척이 요구되는 시점이라 할 수 있다.

〈표 2-16〉 국내 펫푸드 수급 현황

단위: 톤, %

구분	2020	2021	2022	2023	2024	연평균 증가율
공급	전년 이월	2,136	5,019	4,023	5,633	28.0
	생산량	136,359	164,045	186,847	186,165	9.7
	수입량	59,376	64,750	71,103	58,955	2.9
	소계	195,735	228,795	257,950	245,120	7.8

(계속)

구분	2020	2021	2022	2023	2024	연평균 증가율
수요	소비량	165,315	185,435	191,083	181,476	194,071
	수출량	25,401	39,338	61,234	57,915	63,955
	차년 이월	5,019	4,023	5,633	5,730	6,076
	소계	195,735	228,795	257,950	245,120	264,102
국내산 점유율	65.1%	65.8%	63.9%	68.5%	66.7%	-

주 1) 국내산 점유율=(생산-수출)/(생산-수출+수입)로 산정하였으며, 전년·차년 이월은 계산에서 제외함.

2) 2024년 차월 이월량은 미발표되어 반려동물 생산량 증가분을 이용하여 환산한 값임.

자료 1) 반려동물 사료 생산량은 농림축산식품부(각 연도), 배합사료 생산실적을 이용하여 작성.

2) 반려동물 사료 수입량은 ITC Trade Map(검색일: 2025. 5. 12.)을 이용하여 작성.

3) 사료 이월량은 국가데이터처(각 연도)의 반려동물 사료 항목 중 완제품 연말재고액을 물량으로 환산한 값임.

2.1.2. 교역 현황

가. 수입 현황

국내 펫푸드 수입량은 2018년 6만 4,015톤에서 2024년 6만 6,691톤으로 연평균 0.7% 증가하였으며, 수입액은 동기간 약 2.4억 달러에서 약 3.4억 달러로 연평균 5.9% 증가하였다. 또한 수입단가는 동기간 3.7달러/kg에서 5.1달러/kg으로 연평균 5.2% 증가한 것으로 나타났다.

2024년 기준 우리나라가 펫푸드를 가장 많이 수입하는 국가는 중국이며, 수입액과 수입량은 각각 약 1.1억 달러와 1만 7,334톤으로 2018년 이후 각각 연평균 8.1%와 9.2% 증가한 것으로 나타났다. 또한 중국 다음으로는 미국, 태국, 캐나다, 일본 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-17〉 우리나라의 국가별 펫푸드 수입 현황

단위: 천 달러, 톤, 달러/kg, %

구분	2018	2020	2022	2024	연평균 증가율
중국	수입액	65,695	84,015	103,480	105,042
	수입량	10,236	12,643	15,629	17,334
	단가	6.4	6.6	6.6	6.1

(계속)

구분	2018	2020	2022	2024	연평균 증가율
미국	수입액	50,425	61,038	74,225	61,565 3.4
	수입량	17,736	17,560	18,991	13,732 △4.2
	단가	2.8	3.5	3.9	4.5 8.2
태국	수입액	22,586	33,016	44,750	42,166 11.0
	수입량	7,221	8,755	10,452	10,087 5.7
	단가	3.1	3.8	4.3	4.2 5.2
캐나다	수입액	16,230	18,148	32,772	27,616 9.3
	수입량	4,287	5,005	7,611	6,127 6.1
	단가	3.8	3.6	4.3	4.5 2.9
일본	수입액	15,527	18,186	19,845	21,437 5.5
	수입량	1,182	1,352	1,852	2,219 11.1
	단가	13.1	13.5	10.7	9.7 △4.9
기타	수입액	23,484	37,045	45,644	48,609 12.9
	수입량	4,733	6,954	8,457	9,110 11.5
	단가	5.0	5.3	5.4	5.3 1.0
전체	수입액	238,927	270,733	347,251	336,791 5.9
	수입량	64,015	59,376	71,103	66,691 0.7
	단가	3.7	4.6	4.9	5.1 5.5

주: HS코드 2309.10(개나 고양이용 사료) 기준 자료임.

자료: ITC Trade Map(검색일: 2025. 5. 12.).

나. 수출 현황

국내 펫푸드 수출량은 2018년 6,833톤에서 2024년 6만 3,955톤으로 연평균 45.2% 증가하였으며, 수출액은 동기간 약 0.1억 달러에서 약 1.6억 달러로 연평균 49.3% 증가하였다. 또한 수출단가는 동기간 2.1달러/kg에서 2.5달러/kg으로 연평균 2.9% 증가한 것으로 나타났다.

〈표 2-18〉 국내 펫푸드 수출 현황

단위: 톤, 천 달러, 달러/kg, %

구분	2018	2020	2022	2024	연평균 증가율
수출액	14,498	67,491	149,067	160,861	49.3
수출량	6,833	25,401	61,234	63,955	45.2
수출단가	2.1	2.7	2.4	2.5	2.9

주: HS코드 2309.10(개나 고양이용 사료) 기준 자료임.

자료: ITC Trade Map(검색일: 2025. 5. 12.).

개 사료와 고양이 사료로 구분하여 살펴보면 먼저, 개 사료는 2022년부터 전반적인 수출 규모가 급증하는 것으로 나타났으며, 전체 수출액은 2020년 약 0.2억 달러에서 2024년 약 0.7억 달러로 연평균 35.0% 증가하였다. 2024년 기준 수출액이 가장 많은 국가는 일본으로 전체 수출액의 51.3%를 차지하고 있으며, 다음으로 태국 13.4%, 대만 10.2%, 호주 5.2%, 베트남 4.5%, 홍콩 4.1%, 말레이시아 3.6% 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-19〉 우리나라의 개 사료 수출국 현황

단위: 천 달러(%), 달러/kg

구분	2020		2021		2022		2023		2024	
	금액	단가								
일본	2,971 (14.5)	3.6	13,503 (36.2)	2.7	31,500 (49.8)	2.3	32,005 (52.2)	2.5	34,909 (51.3)	2.5
태국	9,212 (44.9)	2.8	9,404 (25.2)	2.7	10,968 (17.3)	2.6	9,926 (16.2)	2.7	9,150 (13.4)	2.6
대만	1,073 (5.2)	4.7	4,482 (12.0)	3.4	6,002 (9.5)	3.2	6,676 (10.9)	3.2	6,949 (10.2)	3.3
호주	-	-	824 (2.2)	2.8	3,590 (5.7)	2.6	1,156 (1.9)	2.3	3,562 (5.2)	2.4
베트남	1,855 (9.1)	2.6	2,198 (5.9)	2.8	2,938 (4.6)	3.2	3,466 (5.7)	3.3	3,053 (4.5)	3.0
홍콩	2,152 (10.5)	3.6	2,304 (6.2)	3.2	2,792 (4.4)	3.2	3,068 (5.0)	3.1	2,445 (3.6)	3.4
말레이시아	1,594 (7.8)	2.1	1,903 (5.1)	2.3	2,377 (3.8)	2.6	1,800 (2.9)	3.2	2,445 (3.6)	3.4
합계	20,494 (100.0)	3.0	37,258 (100.0)	2.8	63,271 (100.0)	2.6	61,335 (100.0)	2.8	68,030 (100.0)	2.5

주 1) 반려동물 사료는 HS코드 2309.10-1000(개 사료 소매용)으로 한정함.

2) 2024년의 국가와 수입액은 2024년 11월까지 집계된 결과임.

3) 연도별 합계는 상위 5개국 외 국가들을 포함한 수치임.

4) 팔호 안의 숫자는 전체 수출액 중 해당 국가로의 수출액 비중임.

자료: 관세청(검색일: 2025. 1. 10.).

다음으로 고양이 사료의 수출액은 2020년 약 0.5억 달러에서 2024년 약 0.9억 달러로 연평균 18.6% 증가하였다. 2024년 기준 수출액이 가장 많은 국가는 일본으로 전체 수출액의 29.2%를 차지하고 있으며, 다음으로 대만 18.5%, 태국 16.7%, 베트남 12.5%, 호주 11.0%, 홍콩 5.8% 등의 순으로 나타났다.

〈표 2-20〉 우리나라의 고양이 사료 수출국 현황

단위: 천 달러(%), 달러/kg

구분	2020		2021		2022		2023		2024	
	금액	단가								
일본	21,577 (46.0)	2.6	17,601 (28.1)	2.3	28,430 (33.1)	2.2	27,890 (31.5)	2.5	27,111 (29.2)	2.5
대만	650 (1.4)	7.5	5,416 (8.6)	3.1	11,561 (13.5)	2.8	14,596 (16.5)	3.0	17,190 (18.5)	3.0
태국	8,583 (18.3)	3.0	9,431 (15.0)	2.8	12,526 (14.6)	2.7	15,758 (17.8)	2.8	15,494 (16.7)	2.7
베트남	3,828 (8.2)	1.4	8,092 (12.9)	1.5	8,628 (10.1)	1.5	11,811 (13.4)	1.6	11,646 (12.5)	1.6
호주	7,170 (15.3)	3.0	13,877 (22.1)	3.0	15,251 (17.8)	2.6	8,862 (10.0)	2.7	10,171 (11.0)	2.7
홍콩	2,882 (6.1)	3.0	3,501 (5.6)	2.8	4,025 (4.7)	2.8	5,069 (5.7)	2.8	5,346 (5.8)	2.8
합계	46,946 (100.0)	2.5	62,685 (100.0)	2.4	85,794 (100.0)	2.3	88,417 (100.0)	2.5	92,831 (100.0)	2.5

주 1) 반려동물 사료는 HS코드 2309.10-1000(개 사료 소매용)으로 한정함.

2) 2024년의 국가와 수입액은 2024년 11월까지 집계된 결과임.

3) 연도별 합계는 상위 5개국 외 국가들을 포함한 수치임.

4) 팔호 안의 숫자는 전체 수출액 중 해당 국가로의 수출액 비중임.

자료: 관세청(검색일: 2025. 1. 10.).

2.1.3. 소결

2023년 국내 펫푸드 생산액은 약 1조 3,000억 원 규모이며, 국내산 제품의 시장 점유율은 약 75% 수준인 것으로 나타나 내수시장만을 대상으로 펫푸드 산업을 활성화하기에는 성장의 폭이 넓지 않은 상황이라 할 수 있다. 따라서 펫푸드 시장의 지속 가능한 성장을 위해서는 한정된 규모의 내수시장보다는 해외시장으로의 적극적인 진출 방안을 모색할 필요성이 있다.

한편, 국내산 펫푸드의 수출신장세가 두드러지게 나타나는 국가는 일본, 태국, 대만, 호주, 베트남 등 지리적 거리가 가까운 태평양 연안 국가인 것으로 나타나고 있다. 따라서 국내산 펫푸드의 가격 경쟁력과 품질을 바탕으로 이들 국가에 대한 수출 규모를 증대시킬 수 있을 것으로 보인다. 또한 대기업 외에 다수의 중견 및 벤

처기업의 펫푸드 수출 활성화를 위해서는 각 수출국별로 요구하는 펫푸드 관련 인증기준 및 허가요건에 대한 정보 제공이 이루어질 필요성이 있다.

2.2. 펫용품

2.2.1. 시장 현황 및 전망

국내 펫용품 시장 규모는 2022년 약 2억 달러에서 2024년 약 2.7억 달러를 거쳐 2032년에는 약 8.4억 달러로 연평균 15.5% 증가할 것으로 전망된다. 또한 펫용품 중 시장 규모가 가장 큰 부문은 목줄·캐리어·침구 제품이며, 동기간 약 1.3억 달러에서 약 5.5억 달러로 연평균 15.7% 증가할 것으로 전망된다.

〈표 2-21〉 국내 펫용품 시장 현황 및 전망

단위: 백만 달러, %

구분	2022	2024	2026	2030	2032	연평균 증가율
세정제	3.2	4.1	5.4	9.3	12.1	14.2
케어용품	16.5	21.5	28.1	48.1	62.9	14.3
로션	6.9	10.9	17.1	42.5	66.9	25.5
구강청결제	11.1	14.7	19.4	33.7	44.6	14.9
목줄, 캐리어, 침구	128.9	172.5	230.8	413.2	552.8	15.7
옷	33.1	41.6	52.2	82.5	103.7	12.1
합계	199.7	265.3	353.0	629.3	843.0	15.5

자료: 유도일 외(2023).

2.2.2. 교역 현황

가. 수입 현황

국내 펫용품 수입액은 2018년 약 2,852만 달러에서 2024년 약 2,924만 달러로 연평균 0.4% 증가한 것으로 나타났다. 2024년 기준 우리나라가 펫용품을 가장 많이 수입하는 국가는 중국으로 수입액은 약 2,192만 달러이며, 전체 수입액의

75.0%의 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 또한 중국 다음으로는 베트남 9.9%, 이탈리아 3.4%, 프랑스 2.6% 등의 순으로 나타난 가운데 프랑스의 연평균 증가율이 가장 높은 것으로 파악되었다.

〈표 2-22〉 우리나라의 국가별 펫용품 수입 현황

구분	2018	2020	2022	2024	단위: 천 달러(%), %
					연평균 증가율
중국	21,899 (76.8)	18,866 (75.3)	24,846 (73.0)	21,915 (75.0)	-
베트남	1,434 (5.0)	2,504 (10.0)	3,473 (10.2)	2,905 (9.9)	12.5
이탈리아	728 (2.6)	536 (2.1)	1,425 (4.2)	994 (3.4)	5.3
프랑스	319 (1.1)	322 (1.3)	808 (2.4)	766 (2.6)	15.7
미국	857 (3.0)	552 (2.2)	672 (2.0)	437 (1.5)	△10.6
독일	1,319 (4.6)	882 (3.5)	775 (2.3)	390 (1.3)	△18.4
미얀마	-	213 (0.9)	117 (0.3)	349 (1.2)	13.1
기타	1,959 (6.9)	1,167 (4.7)	1,909 (5.6)	1,481 (5.1)	△4.6
합계	28,515 (100.0)	25,042 (100.0)	34,025 (100.0)	29,237 (100.0)	0.4

주: HS코드 4201.00(동물용 암장 및 하네스, 의류) 기준 자료임.

자료: ITC Trade Map(검색일: 2025. 5. 12.).

나. 수출 현황

국내 펫용품 수출액은 2018년 약 587만 달러에서 2024년 약 629만 달러로 연평균 1.2% 증가한 것으로 나타났다. 2024년 기준 우리나라가 펫용품을 가장 많이 수출하는 국가는 일본으로 수출액은 약 247만 달러이며, 전체 수출액의 39.3%의 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 또한 일본 다음으로는 미국 19.1%, 캐나다 10.5% 등의 순으로 나타난 가운데 홍콩과 캐나다의 연평균 증가율이 상대적으로 높은 것으로 파악되었다.

〈표 2-23〉 우리나라의 국가별 펫용품 수출 현황

단위: 천 달러(%), %

구분	2018	2020	2022	2024	연평균 증가율
일본	1,184 (20.2)	2,660 (32.9)	3,002 (32.6)	2,470 (39.3)	13.0
미국	2,003 (34.1)	2,590 (32.1)	3,294 (35.7)	1,201 (19.1)	△8.2
캐나다	84 (1.4)	432 (5.3)	640 (6.9)	662 (10.5)	41.1
중국	69 (1.2)	70 (0.9)	53 (0.6)	234 (3.7)	22.6
러시아	250 (4.3)	392 (4.9)	272 (3.0)	224 (3.6)	△1.8
대만	36 (0.6)	63 (0.8)	161 (1.7)	197 (3.1)	32.7
홍콩	20 (0.3)	21 (0.3)	114 (1.2)	176 (2.8)	43.7
기타	2,226 (37.9)	1,852 (22.9)	1,683 (18.3)	1,127 (17.9)	△10.7
합계	5,872 (100.0)	8,080 (100.0)	9,219 (100.0)	6,291 (100.0)	1.2

주: HS코드 4201.00(동물용 안장 및 하네스, 의류) 기준 자료임.

자료: ITC Trade Map(검색일: 2025. 5. 12.).

2.2.3. 소결

국내 펫용품 시장은 반려 문화 확산 및 반려동물 복지 개선에 대한 요구 증대 등으로 인해 전반적인 증가 추세가 전망된다. 하지만 기술적 제조 난이도가 높지 않은 펫용품 제품은 수입 제품이 높은 가격 경쟁력을 지니고 있으므로 이들 수입 제품의 시장 점유율은 일정 수준을 지속적으로 유지할 것으로 보인다.

특히, 제조업 집중도가 높은 중국 및 베트남 제품이 수입시장 점유율의 대부분 (각각 75.0%와 9.9%)을 차지하고 있다는 점을 고려할 때 국내산 펫용품의 수출 활성화를 위해서는 이들 국가의 제품들과는 차별화된 경쟁력이 요구되는 상황이라 할 수 있다.

2.3. 펫헬스케어 및 펫테크

2.3.1. 시장 현황 및 전망

우리나라 펫헬스케어 시장 규모는 2022년 약 2.5억 달러에서 2032년 약 8.9억 달러로 연평균 13.6% 증가할 것으로 전망된다. 펫헬스케어 관련 용품 중 동물용 의약품은 동기간 약 2.4억 달러에서 약 8.4억 달러로 연평균 13.6%의 성장이 예상되며, 수의용 소프트웨어는 동기간 약 130만 달러에서 약 500만 달러로 연평균 14.6% 증가할 것으로 전망된다. 그리고 동물용 의료기기는 동기간 약 920만 달러에서 약 357만 달러로 연평균 14.6%의 성장률을 보일 것으로 전망된다.

〈표 2-24〉 우리나라 펫헬스케어 시장 현황 및 전망

구분	단위: 백만 달러, %						
	2022	2024	2026	2028	2030	2032	연평균 증가율
동물용 의약품	236	304	393	507	654	844	13.6%
수의용 S/W	1.3	1.7	2.2	2.9	3.8	5.0	14.6%
동물용 의료기기	9.2	12.0	15.8	20.7	27.2	35.7	14.6%
합계	246	318	411	531	685	885	13.6%

주 1) 동물용 의약품에는 약독화 생백신, DNA 백신, 재조합 백신, 비활성화 백신, 항감염제, 항염증제 및 기타 약품이 포함됨.

2) 동물용 의료기기에는 방사선 촬영 시스템, 초음파 시스템, 컴퓨터 단층촬영 시스템, 자기공명 영상 시스템, 비디오 내시경 영상시스템, X-선 CT 조영제, MRI 조영제, 초음파 조영제가 포함됨.

자료: 유도일 외(2023)를 이용하여 연구진 작성.

국내 펫테크 시장 규모는 2022년 약 5,600만 달러에서 2032년 약 2.3억 달러로 연평균 15.4% 증가할 것으로 전망된다. 펫테크 용품 중 자동화 기기는 동기간 약 2,400만 달러에서 약 6,400만 달러로 연평균 10.3% 증가할 것으로 전망되며, 스마트 장난감은 약 1,800만 달러에서 약 6천만 달러로 연평균 12.9% 증가할 것으로 예상된다. 또한 펫안전용품은 약 1,400만 달러에서 약 1.1억 달러로 연평균 22.9%의 가장 높은 증가율을 보일 것으로 전망된다.

〈표 2-25〉 국내 펫테크 시장 현황 및 전망

단위: 백만 달러, %

구분	2022	2024	2026	2028	2030	2032	연평균 증가율
자동화 기기	24.2	29.3	35.5	43.2	52.6	64.3	10.3
스마트 장난감	17.9	22.9	29.1	37.1	47.3	60.2	12.9
펫안전용품	13.9	20.4	30.5	46.2	70.7	109.3	22.9
합계	56.0	72.6	95.2	126.5	170.6	233.7	15.4

주 1) 자동화 기기에는 자동 사료 급이기, 자동 급수기, 스마트 화장실 등이 포함됨.

2) 펫안전용품에는 추적 장비, 모니터링 장비, 스마트 목줄 및 가슴 줄, 반려동물 울타리 등이 포함됨.

3) 유도일 외(2023)는 질병 진단키트를 펫테크에 포함하였으나, 이 연구에서는 제외함.

자료: 유도일 외(2023)를 이용하여 연구진 작성.

2.3.2. 소결

반려동물 의약품은 펫헬스케어 제품 중 대부분을 차지하고 있으나, 수입 제품이 시장을 선도하고 있다. 이는 반려동물 의약품이 전체 동물용 의약품(반려동물과 농장동물의 합계) 시장의 16.7%에 불과할 정도로 국내 동물용 의약품이 축산 시장을 중심으로 구성된 점과 국내 업체의 제약선진국 대비 낮은 R&D 투자 때문으로 분석된다(데일리벳, 2022. 3. 7.). 또한 반려동물 의약품 분야는 제약업계와 밀접한 관련이 있으므로 산업 특성을 고려한 중장기 지원방안이 필요하다.

펫테크 제품은 기존 펫용품에 IoT 기술을 기반으로 자동화 및 스마트화 기능을 추가한 제품들을 중심으로 출시되고 있다. 앞에서 언급한 바와 같이, 펫용품 제품은 제조 난이도가 높지 않아 가격 경쟁력이 우수한 수입 제품이 시장을 주도한다는 특징이 있으나, 펫테크 제품은 고도의 기술력을 기반으로 기존 펫용품과는 차별화된 시장을 형성하고 있다.

따라서 우리나라가 펫용품 부문에서 주요 수출국인 중국 및 인도 제품보다 가격 경쟁력이 우수한 제품을 생산하기는 쉽지 않은 상황이므로 펫용품보다는 펫테크 제품에 초점을 맞출 필요성이 있다. 또한 펫테크 제품을 생산하는 기업은 벤처 및 스타트업 기업들이 많다는 특징이 있으며, 이들은 제품개발 이후 대량생산, 수입 인증 및 허가요건 취득, 수출 및 현지 네트워크 형성 측면에서 중견기업 및 대기

업들보다 경험이 부족하므로 수출 관련 프로세스에 대한 정보 제공 시스템을 구축할 필요성이 있다.

3. 시사점

반려동물 연관산업은 다양한 산업군으로 구성되어 있으며, 산업군마다 다양한 시장 특성을 보이고 있다. 따라서 펫푸드, 펫용품, 펫테크의 세계 및 국내시장 현황을 기반으로 이들 산업군에 대한 시사점을 제시하였다.

3.1. 펫푸드

전 세계 펫푸드 시장은 2018년 이후 연평균 7.3% 증가하였으며, 향후 2032년까지 연평균 6.7% 증가할 것으로 전망된다. 현재 독일은 펫푸드의 수입량과 수출량이 가장 많은 국가이며, 고품질·프리미엄 제품을 수출하고 중저가 제품을 수입함으로써 펫푸드를 자국의 브랜드 이미지와 연계하여 프리미엄화하는 수출 전략을 효과적으로 이용하고 있다. 또한 미국은 자국에서 수입하는 펫푸드의 자국 내 규제 및 수입 요건 등록을 의무화하여 시설 등록 및 라벨링 규정 준수, 안전성 시험 절차를 통해 자국 시장에 대한 비관세 장벽으로 활용하고 있다. 그리고 수출 제품의 경우 미국사료관리협회(AAFCO)의 사료 가이드라인을 준수했음을 적극적으로 홍보함으로써 제품의 안전성과 고품질을 강조하고 있다.

한편, 국내 펫푸드 생산액은 약 1조 3,000억 원 규모이며, 국내산 점유율이 약 67% 수준으로 나타나고 있어 시장 확대를 위해서는 보다 적극적인 수출 활성화가 필요한 시점이다. 또한 국내산 펫푸드는 주로 일본, 태국, 대만, 호주 등 지리적으로 근접한 태평양 연안국으로의 수출이 증가하고 있다. 국내산 펫푸드는 가격 및

품질 경쟁력 측면에서 장점이 있으며, 수출국 다변화를 위해서는 각 수출국별로 규정된 수입 인증 절차 및 허가요건에 대한 정보 제공 시스템을 구축할 필요성이 있다. 이와 함께 독일의 브랜드·고품질 강조 전략 및 미국의 펫푸드 사료 가이드라인 활용 전략을 참고하여 수출시장에 대응할 필요성이 있으며, 이에 대해서는 2024년 국립축산과학원이 발표한 ‘반려동물 사료 영양표준’을 활용하여 국내산 펫푸드의 품질과 안전성을 강조할 필요성이 있다.

3.2. 펫용품 및 펫테크

전 세계 펫용품 시장은 2018년 이후 연평균 5.9% 증가하였으며, 향후 2032년까지 연평균 4.0%의 시장 성장세가 전망된다. 특히, 소득향상 효과로 인해 중국 시장의 성장이 큰 폭으로 전망되는 분야라고 할 수 있다. 펫용품 관련 제품은 주로 반려동물 관련 생활용품들로 구성되며, 제조업 강세국가의 제품이 세계시장을 선점하고 있다. 특히, 중국과 인도가 주요 수출국인 것으로 나타나고 있으며, 이 중 중국은 전 세계를 대상으로 수출이 이루어지고 있으며, 인도는 동남아시아 및 아프리카가 주요 수출 대상국이라 할 수 있다.

국내 펫용품 시장은 반려 문화 확산 및 반려동물 복지 개선에 대한 중요성 증대 등으로 전반적인 증가 추세가 지속될 것으로 전망된다. 또한 펫용품 관련 제품은 제조상 기술적 난이도가 높지 않고 제품 단가에 상대적으로 민감한 특성을 지니고 있어 국내 제품보다는 수입 제품의 시장 점유율이 더욱 높을 것으로 보인다.

국내 펫헬스케어 시장 중 반려동물 의약품 시장은 동물용 의약품 시장의 16.7%에 불과하며, 수입 제품이 시장을 선도하고 있다. 동물용 의약품이 농장동물 중심으로 구성된 점과 국내 제품의 시장수요가 낮은 점에서 제품 경쟁력 확보방안을 중장기적으로 고민할 시점이다.

한편, 전 세계 펫테크 시장 규모는 2022년 이후 2032년까지 연평균 12.0% 성장할 것으로 전망되며, 주요 구성 품목은 자동 사료 급이기, 자동 급수기, 스마트 화

장실, 추적 및 모니터링 장비, 스마트 목줄 및 가슴줄 등 기존의 펫용품 제품에 IoT 기술이 결합된 특징을 보이고 있다. 따라서 우리나라 IoT 기술의 경쟁력을 바탕으로 일반 펫용품 시장에서 차별화할 수 있는 제품의 생산을 통한 제품 경쟁력 확보 및 수출 유도 전략이 마련될 필요성이 있다.

제3장

국내외 반려동물 연관산업 교역 정책

국내외 반려동물 연관산업 교역 정책

1. 분석 대상 선정 이유

우리나라의 반려동물 연관산업 수출 품목 중 수출 성장률 및 농업과의 연관성 부분에서 가장 큰 주목을 받는 분야는 펫푸드이다. 펫푸드는 현재 연평균 26% 이상의 수출 증가율을 보이면서 일본 및 동남아 국가로의 수출량이 꾸준히 증가하고 있다. 현재와 같은 수출 성장세를 유지하기 위해서는 기존 수출국으로의 수출이 꾸준히 진행되면서 동시에 새로운 수출국으로의 시장개척이 동시에 필요한 시점이다. 이에 따라 펫푸드 수출 선도국에서 현재 시행 중인 수출 진흥 정책을 분석하여 시사점을 도출하고자 한다.

전 세계에서 펫푸드 수출량이 가장 많은 국가는 독일, 태국, 미국 등으로 나타나고 있다. 이 중 독일은 펫푸드 수출 및 수입량이 전 세계 선두권에 해당하는 국가로서 다국적 및 유럽 내부의 펫푸드 제조사들이 선점한 생산 및 유통기반이 확고한 상황이다. 또한 제품의 품질과 안전성이 검증된 유럽 내 국가들과 인접하고 자국 생산품을 선호하는 경향이 강하다는 점은 펫푸드 시장의 포화상태와 맞물려 시장 개척이 어려울 것으로 판단된다(미국 상무부 국제무역청, 검색일: 2025. 9. 24.). 이에 따라 독일을 비롯한 유럽 국가로의 국내산 펫푸드 수출은 차후 중장기적인 과제로 연구하기 위해 분석 대상에서 제외하였다.

또한 태국은 글로벌 펫푸드 기업들이 현지에 공장을 가지고 있는 세계 제2위의 펫푸드 수출국이지만 반려견 및 반려묘 사료 수출량의 약 90%가 주문자 생산(OEM) 방식이다. 이와 같은 주문자 생산 방식은 마케팅 및 판매망 개척비용 절감이 가능하다는 장점이 있으나, 중장기적인 관점에서 자신의 제조품이 주문자에게 종속되며, 자사 제품의 브랜드화를 통한 프리미엄 창출에는 한계가 있다는 단점도 있다. 따라서 태국의 주문자 생산 방식은 우리나라 반려동물 연관산업이 지향하기에는 차이가 있을 것으로 판단되어 태국도 분석 대상에서 제외하였다.

반면 미국의 자국 내 펫푸드 시장은 독일보다 20배에 육박하는 압도적인 규모를 가지고 있으면서 펫푸드의 수출량은 독일보다 작은 상황이다. 이에 미국 농무부는 자국산 펫푸드의 해외시장 진출을 지원하기 위해 적극적인 수출 지원 정책을 진행하고 있다. 이는 우리나라의 펫푸드 시장에서 자국산 점유율이 65%에 육박한다는 점과, 최근 수출 성장세가 증가하고 있는 상황을 고려할 때 미국의 수출 지원 정책을 벤치마킹할 필요성이 있다고 판단된다. 뿐만 아니라 반려동물 연관산업 기업 설문조사에서 반려동물 연관산업 기업들은 향후 미국에 대한 수출 의향이 가장 두드러지게 나타나고 있다. 따라서 미국의 펫푸드 수출 지원 정책 및 수입 관련 제도 등을 살펴봄으로써 미국의 해외시장 개척 방안과 미국 시장 진출 방안에 대한 시사점을 도출하고자 한다.

한편, 일본의 농식품 수출액은 2024년 약 1조 5,073억 엔으로 역대 최고액을 기록한 바 있다(뉴스투데이, 2025. 2. 14.). 이와 같은 수출 성장세에는 여러 가지 요인이 있으나, 이 중 하나로 2020년부터 시행된 「농림수산물 및 식품의 수출 촉진에 관한 법률」을 고려할 수 있다. 해당 법안에서는 농림수산물 및 식품의 수출 활성화를 위해 주력 품목 및 산지 선정, 시설·인증·물류 등 인프라를 품목 단위로 지원하는 등의 방안이 구체적으로 제시되어 있다. 따라서 일본에서 시행 중인 법안을 바탕으로 우리나라 펫푸드 기업의 해외 진출 시 필요한 정책 지원방안을 발굴할 필요성이 있다. 이와 함께 일본은 우리나라 펫푸드의 주요 수출대상국이므로 일본에서 진행하고 있는 반려동물 연관산업 용품과 관련된 수입 제도를 살펴봄으로써 일본으로 수출에 필요한 제반 여건을 정리하고자 한다.

2. 미국

2.1. 수출 관련 제도

2.1.1. 시장접근 프로그램

현재 미국 농무부 해외 농업청(USDA Foreign Agricultural Service: FAS)은 시장접근 프로그램(Market Access Program: MAP)을 운영하고 있다. MAP는 미국의 농산물 및 농산물 관련 제품의 해외시장 진출을 지원하기 위한 공동 마케팅 및 프로모션 활동 비용을 보조해주기 위한 제도로써(USDA FAS) 주요 지원 대상에는 전시회 참가 및 전시 부스 운영, 광고 및 홍보 캠페인, 시장 및 소비자 조사, 기술 지원 및 교육, 무역 서비스 등이 포함된다.

〈표 3-1〉 시장접근 프로그램의 주요 내용

활동 유형	주요 내용	법령
전시회 참가 및 전시 부스 운영	해외 박람회 참가비용 일부 보조	§ 1485.13a
광고 및 홍보 캠페인	현지 미디어 광고, 디지털 마케팅, 브랜드 홍보 등	§ 1485.13b
시장 및 소비자 조사	대상국 소비자 선호 조사, 유통망 분석 등	§ 1485.13c
기술지원 및 교육	현지 업체, 유통업자, 수의사 등 대상 제품교육, 재료·영양강의 등	§ 1485.13d
무역 서비스 활동	무역 사절단 운영, 바이어 상담회, 무역전시회 운영비용 등	§ 1485.13e

자료: 미국 연방관보(검색일: 2025. 10. 8.), Market Access Program.

MAP 보조금을 받기 위한 기본 절차는 크게 ① 협력대상자 선정, ② 사업제안서 제출 및 승인, ③ 비용 분담 및 매칭 자금 설정, ④ 활동 수행 및 집행 내역 보고, ⑤ 보조금 지급 및 비용환급 단계 등으로 구성된다. 또한 현재 미국 펫푸드협회(Pet Food Institute: PFI)가 MAP의 협력대상자로 선정되어 있으며, 펫푸드협회에서는 마케팅을 통해 자국산 펫푸드의 안전성과 품질을 홍보하고 있다.

〈표 3-2〉 시장접근 프로그램의 신청 절차

구분	주요 내용	법령
(1) 협력대상자 선정	농업 무역 협회 또는 무역단체 등이 주요 협력자로 선정	§ 1485.12a
(2) 사업제안서 제출 및 승인	특정 시장 및 제품을 대상으로 어떤 마케팅 활동을 할 것인지 계획을 수립한 후 미국 농무부 해외 농업청에 제출	§ 1485.21
(3) 비용 분담 및 매칭 자금 설정	협력대상자 또는 참여업체에게 일정 비율의 자체 자금과 정부 보조금의 매칭펀드 형태로 자금 지원	§ 1485.16
(4) 활동 수행 및 집행 내역 보고	협의된 마케팅 활동을 수행하고 비용 지출 내역을 증명하여 해외 농업청에 제출	§ 1485.23
(5) 보조금 지급 및 비용 환급	활동 내역 및 증빙자료가 승인되면 보조금 지급 또는 비용 일부를 환급	§ 1485.30

자료: 미국 연방관보(검색일: 2025. 10. 8.), Market Access Program.

2.1.2. 해외시장 개발 프로그램

가. 개요

해외시장 개발 프로그램(Foreign Market Development Program: FMD)은 종장기적으로 해외시장을 개발 및 유지하기 위한 기반조성 성격을 가지는 프로그램이다. 본 프로그램은 해외 농업청과 민간 무역 단체 간의 공동투자 형식으로 운영되며, 주요 지원 내용으로는 기술 및 표준 제정 지원, 유통채널 개발, 현지 규제 대응 및 표준화 활동, 해외 바이어 및 유통업체와의 동반관계 구축, 현지 시범사업 및 파일럿 프로젝트 운영, 교육 프로그램 및 워크숍 운영, 해외시장 진입 인프라 구축 등이 포함된다(미국 연방관보, 검색일: 2025. 10. 7.).

FMD에 기반하여 미국 펫푸드협회는 해외 유통채널, 소매망 조사, 수입 규제 분석을 비롯하여 AAFCO·FEDIAF 기준과 미국 규격 비교 설명, 수입국 인증 교육 등 펫푸드 업계에 전반적으로 도움이 되는 사업을 진행하고 있다.

〈표 3-3〉 해외시장 개발 프로그램의 주요 내용

FMD 내용	펫푸드 부문 내용	법령
무역 서비스 활동 및 시장 정보	해외 유통채널, 소매망 조사, 수입 규제 분석	§ 1484.13a
해외 바이어 및 정부 관계자 대상 기술 지원	FEDIAF 및 AAFCO 기준과 미국 규격 비교 설명, 수입국 인증 교육	§ 1484.13b
시장 조사 및 유통망 개발	아시아·EU 펫푸드 수요 트렌드 분석	§ 1484.13c
국제 표준 제정 참여	AAFCO·FEDIAF 국제 협력회의 참여, 규제 협의	§ 1484.13d
해외 무역 관계 및 파트너십 구축	현지 유통업체 협력프로그램 진행	§ 1484.13e
해외 업계 인사 교육 및 세미나 운영	수의사, 수입상 대상 영양·안전 교육	§ 1484.13f
미국 농산물 수출 인프라 강화 기타 활동	현지 검역 요건 대응 인프라 구축 지원	§ 1484.13g

자료: 미국 연방관보(검색일: 2025. 10. 7.), Foreign Market Development Program.

FMD는 MAP보다 민간 자금 매칭 비율이 더 높고 활동기간도 3년 이상 장기 프로젝트로 운영된다는 특징이 있다. 또한 MAP이 홍보 측면에 집중하는 성격이 강한 반면, FMD는 시장기반 조성과 기술이전, 유통 네트워크 강화 측면에 특화되어 있다는 차이점이 있다.

나. 펫푸드 업계 관련 FMD의 주요 내용⁷⁾

FMD의 적용 대상은 미국산 농산물, 축산물, 수산물 및 가공품으로 한정되며, 펫푸드의 경우 미국산 원료를 사용해 제조되어야 한다. 또한 미국산 원료 비율을 명확하게 제시해야 하므로 수입산 재료를 다량 사용한 제품은 지원 대상에서 제외될 수 있다.

FMD 대상에 개별 브랜드 광고 지원은 포함되지 않으며, 산업 전체에 이익이 되는 활동(미국산 펫푸드의 안전성·영양기준·제조 품질 홍보 등)으로 지원이 한정된다. 따라서 펫푸드 업계는 협회와 같은 무역단체를 통해 산업 차원의 홍보 형태로 FMD 자금을 이용하고 있다. 이는 우리나라의 농림축산식품부 및 품목별 자조금 관리위원회에서 운영하는 자조금제도와 유사한 측면이 있다고 할 수 있다. 다만,

7) 해당 부분은 미국 연방관보(검색일: 2025. 10. 7.), Foreign Market Development Program을 이용하여 정리하였다.

국내 자조금제도의 운영 목적은 국내 농축산물의 소비 촉진과 품질 개선, 경쟁력 강화가 주요 목적인 반면, FMD 프로그램은 미국산 농산물의 해외시장 개발 및 수출 확대라는 차이점이 있으나, 큰 틀에서 두 제도 모두 자국산 농산물의 소비증대라는 목적은 동일하다고 할 수 있다.

FMD 프로그램에서는 협력 단체에게 FMD 지원금의 50% 이상을 자체 자금으로 매칭할 것을 요구하고 있다. 또한 모든 비용은 지출 후 증빙자료와 함께 의무적으로 제출되어야 하며, 비용은 FAS 심사 후 환급되는 절차로 이루어진다. 현재 펫푸드는 미국 식품의약국 수의학센터(FDA Center for Veterinary Medicine)의 규제대상으로 지정되어 있으므로 FMD 지원으로 해외 전시 및 샘플 제공 시 FDA의 라벨링 규정 및 수출용 인증서 요건을 충족하도록 규제하고 있다. 특히, 수출용으로 제조된 펫푸드의 경우 라벨에 ‘Export only’ 표시 기입 등의 FDA 규정을 준수해야 하며, FMD 지원활동이 미국 수출 규정을 위반하지 않도록 관리할 의무가 부과된다. 그리고 FMD 프로그램의 지원을 받을 경우 협력대상자는 정기보고서 및 최종성과보고서를 통해 성과 및 성과 측정 지표를 보고하여야 하며, 주요 성과지표는 신규시장 개척 건수, 해외 규제 완화사례, 산업홍보 노출 건수 등이라 할 수 있다.

2.2. 수입 관련 제도

2.2.1. 펫푸드

가. 펫푸드와 일반사료의 구분

미국은 펫푸드(반려견 및 반려묘 대상)와 일반사료(육우 및 젖소, 돼지, 가금류 등 대상) 관련 제도가 체계적으로 구분되어 있으며, 펫푸드는 미국 식품의약국(FDA)과 미국사료관리협회(AAFCO)의 규정을 따르도록 규정되어 있다. 지역에 따라 펫푸드 관련 법률 및 제도가 있는 경우 해당 내용을 준수하게 되며, 관련 내용

이 없을 경우 일반사료 부문 법률 및 제도를 따르게 되어 있다. AAFCO는 펫푸드 성분과 안정성 관련 표준을 설정하며, 대부분의 주 정부는 AAFCO의 모델 규정을 채택하여 사료 등록과 라벨링을 실시하고 있다.

〈표 3-4〉 미국 펫푸드 관련 법률 및 제도 현황

구분	일반사료		펫푸드
관련 법률	식품안전 현대화법(Food Safety Modernization Act: FSMA and Animal Food)		없음
제품 등록	수입식품 사전통지 및 시설등록법 (The Bioterrorism Act: BTA)		펫푸드 등록 규정 (Registration of Pet Food)
제품 규격	공통	미국 연방규정집(21CFR 582/584)	AAFCO 반려견 및 반려묘 영양 조건
	특수	없음	규제 관련 제도(CPG Sec 690.300, CPG Sec 690.500)
제품 라벨링	미국 연방규정집 동물사료 라벨링 요구사항 (21CFR Title 21 501)		AAFCO(일반사료 및 펫푸드 라벨링 규정)
공장 등록	식품 시설 등록 기준(Food Facility Registration)		없음
기타사항	없음		없음

자료: 한국농수산식품유통공사(2024a)를 참고하여 연구진 작성.

나. 관련 제도

펫푸드 수입 시의 주요 단계는 크게 ① 제품 등록, ② 공장 등록, ③ 세관 검역으로 구분할 수 있다. 먼저, 제품 등록의 경우에는 각 주별로 펫푸드를 등록해야 하며, AAFCO의 가이드라인에 따라 제품 평가가 이루어진다. 등록 절차는 각 주마다 차이가 있으나, 성분 분석서와 라벨링 요구사항은 공통으로 적용된다. 다음으로 공장 등록 단계에서 수입용 펫푸드를 제조하기 위해서는 FDA 시설 등록이 필수적이며, 세관 검역 단계의 경우 펫푸드를 미국에서 수입 시 해당 제품은 관세국 경보호청(CBP)에 신고해야 하며, 미국 농무부(USDA) 또는 FDA가 해당 제품의 제조·포장·보관 시의 오염 및 시장 유통 여부를 확인하도록 되어 있다.

미국에서 한국산 펫푸드를 수입할 경우 멸균가공 가금육 이외 육류 및 가금류는 수입할 수 없으며,⁸⁾ 멸균가공 가금육의 경우에도 수입을 위해서는 미국 식품안

전검사국(FSIS)에서 동등위생자격(수입 육류가 미국 요구기준과 일치하는지 확인하기 위한 조건) 요건을 취득해야 한다.

〈표 3-5〉 미국 펫푸드 수입 관련 통관 및 검역 절차

단계	통관 및 검역 관련 주요 내용	펫푸드
(1) 사전준비	<ul style="list-style-type: none"> ■ 미국 국제무역위원회(USITC): 수입품 관련 절차 조사 ■ 한국 관세청 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 미국 HS코드 2309.10 확인: 관세율 0%
(2) 제품 및 시설 등록	■ 제품 등록: 사료 성분 및 제조 시설을 FDA에 등록	■ 미국 식품의약국(FDA)
(3) 수출국 검역	■ 수출 검역증: 수출 전 제품의 안전성 및 질병 전파방지를 위한 필수 문서	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농림축산검역본부 ■ 미국 농무부(USDA)
(4) 수출서류 준비	■ 수출신고: 물품 적재 전 관할세관에 수출신고	■ 한국 관할세관
(5) 세관신고 및 검역	<ul style="list-style-type: none"> ■ 수입신고: 미국 도착 제품을 관세국경보호청(CBP)에 신고 ■ 검역 및 안전 검사: USDA 또는 FDA의 검역 및 안전 검사 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 미국 관세국경보호청(CBP) ■ 미국 농무부(USDA) ■ 미국 식품의약국(FDA)
(6) 관세 납부 및 통관	■ 수입신고 및 검사완료 후 관세 납부, 이후 통관	■ 미국 관세국경보호청(CBP)

자료: 한국농수산식품유통공사(2024a)를 참고하여 연구진 작성.

다. 등록제도

미국에서 펫푸드를 판매하기 위해서는 각 주별로 등록이 필요하며, 등록 수수료 및 갱신주기, 검사비는 주별로 서로 차이가 있다. 캘리포니아주의 경우 등록 수수료는 2년 기준 220달러이며, 연간 갱신이 필요하고 검사비는 0.15달러/톤이다. 반면, 텍사스주의 경우 등록 수수료는 시설당 75달러, 제품당 50달러이며, 갱신주기의 경우 시설은 영구적이나, 제품은 연간 갱신이 필요하다. 또한 검사비는 0.19달러/톤이다. 이처럼 등록 수수료와 갱신주기, 검사비 등이 주별로 차이가 있어 수출 시 확인이 필요하다. 이와 함께 미국에서 사료 등록을 위해서는 제품 라벨 정보, 성분 및 원료 사용 증명서, 제품 등록 신청서, GMP 인증, FDA 시설 등록 인증, 품질 안전성 심사 증명서 등의 서류가 구비되어야 한다.

8) 특정가축전염병(예: 구제역) 발생 시 해당 국가의 육류(쇠고기와 돼지고기)는 수입이 금지된다(김용상, 1995).

〈표 3-6〉 미국 펫푸드 등록제도 개요

구분	주요 내용			
제도 명칭	펫푸드 등록제도(Registration / Licensing of Pet Food)			
구분 및 목적	제품 유통 등록 / 미국으로의 펫푸드 수출을 위한 수입 허가증			
취득 대상 및 제도 성격	수입업체가 필수적으로 진행			
주요 내용	지역	등록 수수료	갱신주기	검사비
	캘리포니아	2년 기준 220달러	연간	0.15달러/톤
	플로리다	시설 규모에 따라 40~3,500달러	연간	없음
	텍사스	시설당 75달러, 제품당 50달러	시설(영구), 제품(연간)	0.19달러/톤
준비서류	뉴욕주	시설당 100달러, 브랜드당 100달러	시설(격년), 제품(연간)	0.1달러/톤
	제품 라벨 정보, 성분 및 원료 사용 증명서, 제품 등록 신청서, GMP 인증, FDA 시설 등록 인증, 품질 안전성 심사 증명서			

자료: 미국 사료관리협회 사료 가이드라인(검색일: 2025. 10. 15.); 한국농수산식품유통공사(재인용)(2024a).

라. 제품 규격

미국사료관리협회(AAFCO)는 반려동물의 건강 및 성장·번식을 위한 펫푸드의 필수 영양 성분 기준을 제시하고 있다.⁹⁾

〈표 3-7〉 미국 반려묘용 펫푸드의 영양 성분 요구사항

종류	단위 (DM 기준)	성장 및 번식 최소량	성묘 유지 최소량	최대량
Crude Protein(조단백)	%	30	26	-
Arginine(아르기닌)	%	1.24	1.04	-
Histidine(히스티딘)	%	0.33	0.31	-
Isoleucine(아이소류신)	%	0.56	0.52	-
Leucine(류신)	%	1.28	1.24	-
Lysine(라이신)	%	1.2	0.83	-
Methionine(메티오닌)	%	0.62	0.2	1.5
Methionine-cystine(메티오닌-시스틴)	%	1.1	0.4	-
Phenylalanine(페닐알라닌)	%	0.52	0.42	-
Phenylalanine-tyrosine(페닐알라닌-티로신)	%	1.92	1.53	-
Threonine(트레오닌)	%	0.73	0.73	-

9) 성장 및 번식단계 반려묘에게는 단백질 30% 이상, 성묘단계에서는 26% 이상의 조단백을 규정하고 있다.

(계속)

종류	단위 (DM 기준)	성장 및 번식 최소량	성묘 유지 최소량	최대량
Tryptophan(트립토판)	%	0.25	0.16	1.7
Valine(발린)	%	0.64	0.62	-
Crude Fat(조지방)	%	9	9	-
Linoleic acid(리놀레산)	%	0.6	0.6	-
alpha-Linolenic acid(알파-리놀렌산)	%	0.02	ND	-
Arachidonic acid(아라키돈산)	%	0.02	0.02	-
Calcium(칼슘)	%	1	0.6	-
Phosphorus(인)	%	0.8	0.5	-
Sodium(나트륨)	%	0.2	0.2	-
Magnesium(마그네슘)	%	0.08	0.04	-
Iron(철)	mg/kg	80	80	-
Copper(구리, 압출식)	mg/kg	15	5	-
Selenium(셀레늄)	mg/kg	0.3	0.3	-
Vitamin A(비타민 A)	IU/kg	6668	3332	333,300
Vitamin D(비타민 D)	IU/kg	280	280	30,080

자료: 미국 사료관리협회 사료 가이드라인(검색일: 2025. 10. 15.); 한국농수산식품유통공사(재인용)(2024a).

마. 제품 라벨링

미국의 펫푸드 라벨링 관련 규정은 미국 사료관리협회(AAFCO)에서 수립하며, 이를 미국 연방 규정집 동물사료 라벨링 요구사항(21CFR Title 21 501)으로 정하여 운영하고 있다.

〈표 3-8〉 미국 펫푸드 라벨링 규정 개요

구분	주요 내용
명칭	펫푸드 라벨 관련 최소 포함 내용
관련 법령	미국 연방규정집 동물사료 라벨링 요구사항(21CFR Title 21 501)
요구 사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 반려동물 사료 라벨에는 8가지 필수항목 포함 <ul style="list-style-type: none"> - 라벨을 앞면 패키지에만 부탁하는 경우 : 8개 필수항목이 모두 표시되어야 함. - 라벨을 앞면과 뒷면에 사용하는 경우: 패키지 앞면에 브랜드 및 제품명, 사료 용도, 수량에 대해 필수 표시하고 나머지 항목은 뒷면에 표시 가능 ■ '라이트' 또는 '저칼로리'를 표기한 제품은 지정된 방법과 형식에 따른 칼로리 함량 표기가 필요 ■ 반려동물 사료에 맛, 향, 영양가 이외에 제품의 의도된 기능 및 효능에 대한 표현(ex. 염증 감소, 관절 기능 개선 등)은 표기를 할 수 없음. ■ 휴면 등급 표기는 제품의 모든 성분이 사람이 섭취할 수 있어야 하며, 연방 규정에 따라 제조, 포장, 보관되는 제품만 표기 가능

(계속)

구분	주요 내용
라벨 표기사항	<ul style="list-style-type: none"> ① 브랜드 및 제품명: 제품명에 성분·이름을 작성하는 부분을 나타냄(ex. 닭고기 반려묘 펫푸드, 닭고기 맛 반려묘 펫푸드 등). ② 반려동물 사료의 용도에 맞는 반려동물 종류: 제품이 사용될 반려동물 종류를 작성해야 함(ex. 연어로 만든 반려묘 간식, 반려견 사료 등). ③ 수량: 순중량(파운드), 순부피(온스)를 표기하고 제품 하단 1/3에 배치되어야 함. ④ 보장분석: 식품 각 영양소의 백분율을 나타냄(조단백질, 조지방 등). ⑤ 성분: 성분의 제형 기준에 따라 중량 순으로 나열해야 함(총 중량이 가장 높은 백분율을 차지하는 성분이 먼저 나열됨). ⑥ 영양 적정성 설명: 사료가 모든 생활 단계에서 완전하다는 것을 나타냄. ⑦ 급여지침: 반려견/반려묘의 무게당 제품량이 명시된 급여지침이 표시되어야 함. ⑧ 제조업체 또는 유통업체 업체명 및 주소: 제품의 보증인으로 업체명과 주소를 명시해야 함(단, 제조업체와 유통업체가 구분될 경우 '제조업체' 또는 '유통업체'라는 단어를 사용하여 관계를 표기해야 함).

자료: 미국 사료관리협회 사료 가이드라인(검색일: 2025. 10. 15.); 한국농수산식품유통공사(재인용)(2024a).

바. 시설 등록

미국에서 소비되는 식품 및 펫푸드를 제조·가공·포장·보관하는 국내 및 해외 시설은 필수적으로 미국 식품의약국(FDA)에 등록해야 한다. 신규진입하는 업체의 경우 필수적으로 사전에 시설 등록이 필요하며, 온라인을 통한 등록이 가능하다.

〈표 3-9〉 미국 식품의약국의 식품 및 펫푸드 시설 등록 개요

구분	주요 내용
명칭	■ 식품 및 펫푸드 시설 등록
제도 목적	■ 2001년 미국 911테러 발생 이후 미국에서 소비되는 식품(펫푸드, 간식, 보조제 포함)을 제조하는 시설의 FDA에 등록 및 관리하기 위한 목적
대상 품목	■ 약제, 식품, 의료기기, 방사선 방출제품, 담배, 인간 세포, 세포 및 조직기반 제품(예: 백신)
취득 대상 및 제도의 성격	■ 미국 수출 대상 식품 또는 펫푸드를 취급하는 업체의 경우 필수적으로 등록
준비자료 및 소요 기간	<ul style="list-style-type: none"> ■ 식품 및 펫푸드 시설 등록 신청서, 사업자 등록증(국문, 영문), 국제 사업자 등록번호 ■ 2주 소요

자료: 미국 사료관리협회 사료 가이드라인(검색일: 2025. 10. 15.); 한국농수산식품유통공사(재인용)(2024a).

2.2.2. 펫용품¹⁰⁾

가. 관련 제도

한국에서 미국으로 펫용품을 수출하기 위한 주요 단계는 크게 ① 사전준비, ② 수출 준비 및 신고, ③ 수입신고 및 검역, ④ 세금납부 등으로 구분할 수 있다. 먼저, 사전준비 단계에서 펫용품 중 HS코드 4201.00¹¹⁾은 관세율 2.4%를 적용받는 항목이다. 수출 준비 및 신고 단계에서는 수출 물품 선적 전 한국 세관에 수출신고 신청 및 승인이 필요하며, 이를 위해서는 선하증권, 상업송장, 포장명세서 제출이 요구된다. 그리고 수입신고 및 검역에서는 미국에 제품이 도착한 이후 관세국경보호청(CBP)에 신고하고 제품에 대한 미국의 안전 기준 충족 여부를 검토받아야 한다. 일반적인 섬유제품은 추가 검역 없이 통관이 이루어지거나, 제품에 가죽·모피 또는 동물성 소재가 포함된 경우에는 미국 농무부(USDA)나 미국 어류 및 야생동물국(USFWS)의 추가검사가 진행될 수 있다. 이후 수입신고 후 수입검사를 통과한 경우 관세 납부 후 반출이 가능하다.

〈표 3-10〉 미국으로의 펫용품 수출을 위한 통관 및 검역 절차

단계	주요 내용	관련 기관
(1) 사전준비	■ 미국 국제무역위원회 ■ 한국 관세청	■ 미국 HS코드 4201.00 확인: 관세율 2.4%
(2) 수출 준비 및 신고	■ 수출신고: 물품 선적 전 관할세관에 수출신고 ■ 필요서류: 선하증권, 상업송장, 포장명세서, 원산지 증명서 등	■ 한국 관할세관
(3) 수입신고 및 검역	■ 수입신고: 미국 세관국경보호청(CBP) ■ 검역 및 안전 검사: 문서 및 라벨링 확인, 유해 물질 및 동물성 소재 검사	■ 미국 세관국경보호청(CBP)
(4) 관세 납부 및 반출	■ 수입신고 후 수입검사 통과 시 관세 납부 후 반출 가능	■ 미국 세관국경보호청(CBP)

자료: 한국농수산식품유통공사(2024c).

10) 한국농수산식품유통공사(2024c)를 참고하여 작성하였다.

11) HS코드 4201.00: 모든 동물을 위한 안장 및 하네스(트레일, 끈, 무릎 보호대, 주둥이 덮개, 안장 천, 안장 가방, 개 코트 등 포함), 모든 소재.

나. 제품 규격

미국은 펫용품의 특정 재료와 유해 물질 사용을 제한하고 있다. 제한된 소재가 사용된 제품은 미국 농무부(USDA) 및 미국 어류 및 야생동물국(USFWS)의 검역과 허가가 필요하며, 미국 식품의약국(FDA)의 안전성 평가가 추가로 요청될 수 있다. 미국으로 펫용품을 수출하기 위해서는 수출 제품에 사용된 소재와 화학물질이 미국 규제사항에 해당하는지에 대한 검토가 필수적이며, 미준수 시 수입 제한 및 법적 처벌까지 부과될 수 있으므로 사전에 관련 요건을 충분히 숙지해야 한다.

〈표 3-11〉 미국 펫용품 수출 관련 소재 제한 사항

단계	주요 내용
멸종 위기 동물 제품	<ul style="list-style-type: none">■ USDA 또는 USFWS의 규제 적용 가능■ CITES(멸종위기종 국제거래협약)에 따른 규제가 적용되는 동물성 소재가 포함된 경우 USDA가 검역을 통해 허가 요구 가능
보피 등 동물성 소재 포함 제품	<ul style="list-style-type: none">■ USDA 또는 USFWS의 규제를 받을 수 있으며, 특히 멸종위기종 소재일 경우 CITES15 허가 필요■ 동물성 소재가 포함된 제품은 안전과 윤리 기준을 확인하기 위한 검역 추가 가능
유해 화학물질 포함 제품	<ul style="list-style-type: none">■ 반려동물 의류에 납, 프탈레이트와 같은 유해 화학물질이 포함된 경우 FDA가 제품 안전성 평가■ 유해 화학물질이 포함된 경우 제품 테스트와 인증서 제출 요구 가능

자료: 한국농수산식품유통공사(2024c).

다. 라벨링 규정

반려동물 의류의 경우 미국으로 수출 시 반려동물 의류에 관한 세부적인 라벨링 규정은 별도로 존재하지 않으나, 섬유제품 관련 라벨링 규정을 따르는 것이 권장되며, 미국 연방거래위원회(FTC)와 세관국경보호청(CBP)은 국내 제품 및 해외 수입 제품의 섬유 라벨링 요건을 별도로 규정하고 있다.

<표 3-12> 미국 펫의류 수출 시 제품 라벨링 관련 참고사항

구분	주요 내용
명칭	섬유 및 양모법(Textile and Wool Act)
관련 법령	양모제품 표시법(Wool Products Labeling Act), 섬유제품 식별법(Textile Fiber Products Identification Act)
요구사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 라벨 표기 시 언어는 '영어'로 표기 ■ 모든 필수 표기 사항은 하나의 라벨에 포함하거나 별도의 라벨로 나누어 기재 가능 ■ 라벨은 소비자가 제품을 수령할 때까지 의류에 부착돼 있어야 함.
표기 사항	<p>① 섬유 함량</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 섬유 함량은 백분율로 내림차순으로 기재 ■ 의류에서 15% 미만을 차지하는 장식(브레이드, 벨트 등)은 라벨에 나열하지 않아도 되며, 장식이 전체 섬유 구성의 5%를 넘지 않을 경우 '장식 제외'라는 문구를 포함하여 생략 가능 ■ 안감은 별도로 표시해야 하며, 모든 섬유 소재는 상표명이 아닌 일반명으로 나열 <p>② 원산지</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 의류의 제조 국가를 라벨에 명시 ■ 의류가 미국에서 제조되고 미국산 재료로 만들어졌을 경우 '미국에서 제조(Made in USA)' 문구 사용 가능 ■ 다른 국가의 재료로 미국에서 제조된 경우 '수입 재료로 미국에서 제조(Made in the USA of Imported Materials)'라는 문구를 사용 <p>③ 세탁 및 관리 지침</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ FTC의 케어 라벨링 룰(Care Labeling Rule)을 따름 ■ 제품을 손상시킬 수 있는 관리 방법, 세탁 온도 등을 명확하고 가독성 있게 공개해야 함. <p>④ 제조업체 식별</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 제조업체, 수입자 또는 법인의 등록식별번호(RN)를 표시 ■ 해외업체는 미국 내 등록 식별 번호인 RN(Registration Identification Number)을 발급받을 필요 없음. 그러나, 미국에 제품을 수입하여 판매하는 미국 수입업체는 RN을 소지하고 있어야 함. 따라서 해외업체는 RN 대신 자사명을 라벨에 표시하거나, 미국 수입업체의 RN을 사용함.

자료: 한국농수산식품유통공사(2024c).

3. 일본

3.1. 수출 관련 제도

일본 정부는 자국에서 생산된 농림수산물 및 식품 수출을 촉진하기 위해 2020년 4월부터 「농림수산물 및 식품의 수출 촉진에 관한 법률」을 시행하고 있다. 이를 기반으로 농림수산성 내에 농림수산물·식품 수출본부를 설치했으며, 해당 본부는

기본 수출방침을 수립하고 부처 간 조정역할을 수행하고 있다(동법 제3조, 제4조). 또한 수출 진흥을 위한 기본 방침 및 이에 기반한 실행 계획과 로드맵을 작성하도록 규정하고 있으며, 수출 증명서 발급, 생산구역 지정, 가공시설 인증 등 제도적 기반 조항을 규정하고 있다. 이와 함께 수출 촉진 인증제도를 도입하여, 인증을 받은 기관에 정부보증, 금융보증, 검사기관에 대한 협력 등의 혜택을 부여하고 있다. 뿐만 아니라 품질관리 강화, 제품등급 통일, 수출 사업 계획 인증요건 강화 방안 등도 함께 제시되어 있다.

일본의 농림수산물 및 식품의 수출 촉진에 관한 법률 제정으로 관련 정책의 법적 지원 근거를 확보하게 되었으며, 수출 우선 품목별로 수출 산지를 리스트화하고 시설·인증·물류 등 인프라를 품목 단위로 지원하고 있다. 주요 수출 주력 품목에는 소·돼지·닭고기 및 유제품, 과일류, 해산물 및 식품(음료수, 과자, 소스, 일본주, 위스키 등)이 포함되어 있으며, 펫푸드는 포함되어 있지 않다. 다만, 농림수산성은 최근 수출 우선 품목을 당초 27개에서 31개로 확대함에 따라 향후 펫푸드가 포함될 가능성이 존재한다.

이 법에서는 품목별 산업단체에 법적 근거를 부여하여 산업단체가 자조금을 조성·운영하도록 지원하면서 동시에 정부 매칭펀드(보조 비율 최대 50%)를 운영하도록 규정하고 있다(USDA FAS, 2021).¹²⁾ 이를 바탕으로 수출시설 구축, 물류 인프라 확충, 인증·마케팅 등에 사용이 가능하며, 이 외에도 농림수산성은 저리융자, 세제 혜택, 정부 보조 등을 지원할 수 있도록 규정하고 있다. 또한 조성된 자조금의 주요 사용처는 생산·유통·판매의 품질 표준화, 업계 공동브랜드 구축, 물류 효율화 및 규격 통일, 해외시장 조사 및 판로 개척, 현지사무소 설립 및 운영 등으로 명시되어 있다.

12) 관련 분석보고서(USDA FAS, 2021)는 일본의 농림수산물 및 식품의 수출 촉진에 관한 법률이 미국 농무부(USDA)의 'Commodity Research and Promotion Programs'와 유사하게 구성되어 있음을 명시하고 있다.

3.2. 수입 관련 제도

3.2.1. 펫푸드¹³⁾

가. 관련 법률 및 제도

일본은 펫푸드(반려동물용 사료)와 일반사료 관련 제도가 별도로 구분되어 있으며, 펫푸드는 「반려동물 사료 안전법」 규정을 따르도록 규정되어 있다. 반려동물 사료 안전법에는 펫푸드의 품목 법령, 제품 등록, 규격 및 라벨링, 공장 등록 등 다양한 내용이 포함되어 있으며, 해당 법안은 반려동물 보조제를 제외한 다른 종류의 펫푸드에 동일하게 적용된다.

〈표 3-13〉 일본의 펫푸드 관련 법률 및 제도 현황

구분	일반사료	펫푸드
제도 명칭	사료 안전법	반려동물 사료 안전법
구분 및 목적	사료 안전법에 의거 등록 필수	반려동물 사료 안전법에 의거 등록 필수
제품	사료 안전법에 제시	반려동물 사료 안전법에 제시
규격	특수	반려동물 사료 성분 규격에 관한 법령
제품 라벨링	사료 안전법에 해당 내용 기재	반려동물 사료 안전법 및 반려동물 식품 공정거래 협의회
공장 등록	사료 안전법에 해당 내용 기재	반려동물 사료 안전법에 기재
기타사항	식품위생법 및 육류 통관 기준에 제시	해당 내용 없음

자료: 한국농수산식품유통공사(2024b)를 참고하여 연구진 작성.

일본으로 펫푸드를 수출하기 위한 주요 단계는 크게 ① 사전준비, ② 수출 진행, ③ 세금납부 등으로 구분할 수 있다. 먼저, 사전준비 단계의 경우 수입업체와 제조업체는 지정 검역소의 상담소에서 수입식품 사전 상담 후 해당 제품의 수입신고 절차를 진행해야 한다. 다음으로 수출 진행 단계에서는 펫푸드에 대한 의무 인증은 없으나, 일본 내 식품제조업계에서는 식품품질인증(HACCP)이 의무화되어 있

13) 한국농수산식품유통공사(2024b)를 참고하여 작성하였다.

으로 해당 인증 취득이 권장된다. 이후 세금납부 단계에서는 일본에 제품 도착 후 일본 세관에서 수입 검사를 진행하며, 제출 서류와 제품 검사를 통해 해당 제품이 일본 내 지침, 규정 및 의무를 준수하는지를 검사한다.

〈표 3-14〉 일본의 펫푸드 수입 관련 통관 및 검역 절차

구분	주요 내용	관련 기관
(1) 사전준비	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일본 관세청: 수입품 관련 절차 관리 ■ 한국 관세청 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일본 HS코드 2309.10 확인: 아세안 관세율 0%(원산지 증명서 필수)
(2) 수출신고	<ul style="list-style-type: none"> ■ 수출신고: 전자 수출신고 및 수출신고필증 수 ■ 필요서류: 수출신고서, 선하증권, 상업송장, 포장명세서 등 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 한국 관할세관
(3) 수입신고	<ul style="list-style-type: none"> ■ 수입신고: 수출입항만정보처리시스템(NACSS)으로 전자신고 ■ 필요서류: 상업송장, 선하증권, 포장명세서, 원산지증명서, 수입신고서 등 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일본 도착항의 관할세관
(4) 수입 검사	<ul style="list-style-type: none"> ■ 수입 제품 검사 <ul style="list-style-type: none"> - 서류 검사: 제출 서류 진위 여부 검사 - 현장 검사: 제출 서류 세부 사항과 실제 수입 제품 교차 대조 검사 - 시험 검사: 포장 개봉 후 신고된 정보와 수입 제품 일치 여부 검사 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일본 관할세관
(5) 관세 납부 및 반출	<ul style="list-style-type: none"> ■ 수입신고 후 수입 검사통과 시 관세 납부 후 반출 가능 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일본 관세청

자료: 한국농수산식품유통공사(2024b).

나. 등록제도

일본에서 펫푸드를 판매하기 위해서는 「반려동물 사료 안전법」에 따라 펫푸드 수입·판매업자는 농림수산성에 펫푸드 수입신고와 등록을 진행해야 하며, 수입신고에 필요한 서류는 수입신고서, 착하통지처 정보, 원재료 및 제조 공정에 관한 설명서, 위생증명서, 시험성적서 등이다.

〈표 3-15〉 일본의 펫푸드 등록제도 개요

구분	주요 내용
제도 명칭	반려동물 사료 안전법
구분 및 목적	펫푸드 수입신고 및 등록 / 일본 내 펫푸드 유통 거래 허용
취득 대상 및 제도 성격	일본 내 수입·판매업자는 필수적으로 등록이 필요함
	<p>수입신고</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 수입신고서 2부 ② 착하통지처 정보 ③ 원재료 및 제조 공정에 관한 설명서 ④ 위생증명서(필요에 따라) ⑤ 시험성적서(개별 규격 기준이 있는 경우)
준비서류	<p>사업 개시 전 사전 신고</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 성명 및 주소(법인은 명칭, 대표자 성명 및 주된 사무소 소재지, 등기부 등본, 개인은 주민표의 사본 첨부) ② 일본 내 제조업자는 당해 반려동물용 사료를 제조하는 사업장의 명칭 및 소재지 ③ 제조 또는 수입에 관련된 제품이 사용되는 반려동물의 종류 ④ 해당 반려동물 식품의 제조 또는 수입의 개시 날짜 ⑤ 수출용으로서 제조 또는 수입하는 제품의 취지 <ul style="list-style-type: none"> - 반려동물 식품의 판매만을 하는 경우 신고는 불필요하나, 사업자의 책임으로 장부의 비치, 표시 기준, 성분 규격, 제조 방법의 기준을 준수해야 함. - 반려동물 식품을 재포장하는 경우 제조업자 신고가 필요함. - 신고사항이 변경된 경우 30일 이내 변경 신고 필요함.
	<p>사업 중 장부 기재</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 반려동물 식품의 명칭, 수량 ② 수입 날짜 ③ 수출처의 국가명, 해당국의 수입 제품의 명칭 ④ 반려동물 식품의 포장 모습 ⑤ 반려동물 식품의 제조국명, 제조사의 명칭, 원재료의 명칭 <ul style="list-style-type: none"> - 반려동물 식품의 수입 또는 도매 및 제조를 실시하는 사업자는 수입 및 판매한 반려동물 식품의 명칭, 수량 등을 장부에 기재하거나 컴퓨터로 기록하여 2년간 보존할 필요 있음. - 수입업자 또는 판매업자 및 제조업자가 반려동물 사육자에게 직접 판매한 경우 우나 양도한 경우 장부의 기재 의무가 없음.

자료: 한국농수산식품유통공사(2024b).

다. 제품 규격

일본 농림수산성은 사료 성분 규격 및 제조 방법 기준에 관한 규정을 통해 성분 규격 및 제조 방법에 적합하지 않은 반려동물 사료의 제조·수입·판매는 금지하고 있다. 또한 유해물질이 포함된 펫푸드가 유통될 경우 국가는 해당 제품에 대해 폐기·회수 등을 지시할 수 있으며, 국가는 입회 검사를 실시할 수 있다.

〈표 3-16〉 일본의 펫푸드 성분 규격

구분	물질	수분량 10% 기준 상한치(μg/g)
곰팡이	아플라톡신 B1	0.02
	디옥시니발레놀	2(반려견용), 1(반려묘용)
중금속 등	카드뮴	1
	납	3
	비소	15
유기염소계 화합물	BHC	0.01(α -BHC, β -BHC, γ -BHC 및 δ -BHC의 합계량)
	DDT	0.1(DDD 및 DDE 포함)
	올드린·틸드린	0.01(합계량)
	엔드린	0.01
	헵타클로로에폭사이드	0.01(합계량)
농약	클로로피리포스메틸	10
	피리미포스메틸	2
	말라티온	10
	메타미도포스	0.2
	글리포세트	15
첨가물	에톡시퀸·BHA·BHT	150(합계량) / 반려견의 경우, 에톡시퀸 75μg/g 이하
	아질산나트륨	100
기타	멜라민	2.5

자료: 한국농수산식품유통공사(2024b).

펫푸드가 육류를 함유한 제품일 경우 육류 통관 관련 규제가 별도로 적용된다. 일본 「식품위생법」에서는 육류, 가금류, 유제품 및 각 성분의 가공품을 수입할 경우 수출국 검역 기관에서 발급한 위생증명서(검역증)를 일본 동물검역소와 후생 노동성 산하 식품검역소에 제출하도록 규정되어 있다.

〈표 3-17〉 일본 「반려동물 사료 안전법」의 제조 방법 기준

구분	물질	기준
유해 미생물	유해 미생물 전반	■ 가열 또는 건조할 경우, 원재료 등에 유래하며, 발육할 수 있는 미생물을 제거하는데 충분한 효력을 갖는 방법으로 실시할 것
첨가물	프로필렌글리콜	■ 고양이용에는 사용 불가
원료 전반	기타 유해 물질 등	■ 유해한 물질을 포함하거나 병원성 미생물에 의해 오염되거나 그러한 의심이 되는 원재료를 사용해서는 안 됨

자료: 한국농수산식품유통공사(2024b).

일본 「식품위생법 시행규칙」 제9조에서는 위생증명서에 기재되어야 하는 내용이 제시되어 있으며, 위생증명서의 주요 내용은 ① 가축 및 가금류의 종류, 식육 제품의 명칭 및 원재료의 종류, 수량 및 중량, ② 수출자의 주소 및 성명 / 수입자의 주소 및 성명, ③ 도축 검사 검역 기관 명칭 또는 검사 시행 직원의 관직 및 성명, ④ 도축이 시행된 시설의 명칭 및 위치, ‘위생적으로 이루어졌다’는 내용 명시, ⑤ 도축 및 검사가 실시된 연월 또는 내장 처리 연월 또는 식육 제품 제조 연월 등이다.

라. 제품 라벨링

일본의 농림수산성, 환경성, 반려동물 사료 공정거래 협의회의 라벨링 규정에서는 펫푸드 라벨링의 필수 표기 사항을 제시하고 있다. 반려동물 사료공정거래 협의회의 회원사가 아닌 경우 해당 규정은 자율규제이지만, 모든 펫푸드 업체가 해당 규정을 준수하고 있다.

<표 3-18> 일본의 펫푸드 라벨링 규정

구분	주요 내용
명칭	반려동물 사료 제품 라벨링 규정
관련 법령	반려동물 사료 안전법, 반려동물 사료 공정거래 협의회 규정
요구사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일본어로 작성 ■ 반려동물 사료는 법으로 정해진 동물용 의약품이나 의약외품이 아니기 때문에 ‘○○병을 예방 합니다’, ‘○○병에 효과가 있다’와 같은 질병과 직접적으로 관련된 표현은 사용할 수 없음 ■ ‘무첨가’라는 표시는 모든 첨가물을 사용하지 않은 경우에만 사용할 수 있으며, ‘고○○’, ‘저○○’ 등 특정 영양 성분의 양을 표시할 때는 동일한 제품군과 비교해 얼마나 차이가 나는지 구체적인 수치를 명시해야 함. ■ ‘내추럴’, ‘네이처’ 또는 이와 유사한 용어는 화학적 합성을 및 친색료를 사용하지 않은 경우에만 표시 가능함. 그러나 종합 영양식의 경우, 영양 균형을 위해 필수적인 비타민, 미네랄, 아미노산류에만 화학적 합성을 사용한 제품은 다음 조건을 만족할 때 표시할 수 있음. <ul style="list-style-type: none"> ■ 영양상 필수적인 비타민, 미네랄, 아미노산에만 화학적 합성을 사용했음을 가장 눈에 띄는 ‘내추럴’ 표시에 명확하게 병기해야 함. 이때, 글씨 크기는 해당 표시 크기의 1/4 이상이어야 하며, 500g 이하 용기는 6포인트, 500g 초과 용기는 8포인트 이상이어야 함. ■ 에톡시퀸, BHA, BHT 등의 합성 산화 방지제를 사용하지 않아야 함.

(계속)

구분	주요 내용
라벨 필수 표기 사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 반려동물 사료 안전법 규정 <ul style="list-style-type: none"> ① 반려동물 사료의 명칭(반려견용/반려묘용 구분) ② 원재료명: 원칙적으로 첨가물을 포함한 모든 원재료를 사용량이 많은 순서대로 표시 ③ 유통기한(취식 가능 기한) : 아라비아 숫자로 표시 ④ 사업자의 명칭 및 주소 ⑤ 원산지 국가(최종 가공 공정을 완료한 국가) ■ 반려동물 사료 공정거래 협의회 규정: 상단의 5가지 항목 외에 4가지 항목 추가 표시 <ul style="list-style-type: none"> ① 목적(예: 성건용 종합 영양식) ② 내용량 ③ 급식 방법 ④ 성분

자료: 한국농수산식품유통공사(2024b).

마. 시설 등록

일본에서 소비되는 펫푸드를 제조할 경우 제조업자는 일본 「반려동물 사료 안전법」에 따라 농림수산성에 공장 등록을 진행해야 한다. 또한 펫푸드 등록 시 품질 관련 증빙을 위해서는 HACCP 인증이 권장된다. 해당 인증은 한국식품안전관리 인증원에서 발급받을 수 있고 일반 HACCP 인증 기간은 6개월~1년, 소규모 HACCP 인증은 3~5개월이 소요된다.

〈표 3-19〉 일본의 펫푸드 생산 자격 증명서

구분	주요 내용		
관련 법안	반려동물 사료 안전법		
취득 대상	일본 내 제조업자		
준비서류	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; vertical-align: top;">사업 개시 전 사전 신고</td> <td> ① 성명 및 주소, <ul style="list-style-type: none"> - 법인은 명칭, 대표자의 성명 및 주된 사무소 소재지, 등기부 등본 사본 첨부 필요함. - 개인은 주민등록표 사본 첨부 필요함. ② 일본 내 제조업자는 당해 반려동물용 사료를 제조하는 사업장의 명칭 및 소재지 ③ 제조 또는 수입에 관련된 제품이 사용되는 반려동물의 종류 ④ 해당 반려동물 식품의 제조 또는 수입의 개시 날짜 ⑤ 수출용으로서 제조 또는 수입하는 제품의 취지 <ul style="list-style-type: none"> - 반려동물 식품의 판매만을 하는 경우 신고는 불필요하나, 사업자의 책임으로 장부의 비치, 표시 기준, 성분 규격, 제조 방법의 기준을 준수해야 함. - 반려동물 식품을 재포장하는 경우 제조업자 신고가 필요함. - 신고 사항이 변경된 경우 30일 이내 변경 신고 필요함. </td> </tr> </table>	사업 개시 전 사전 신고	① 성명 및 주소, <ul style="list-style-type: none"> - 법인은 명칭, 대표자의 성명 및 주된 사무소 소재지, 등기부 등본 사본 첨부 필요함. - 개인은 주민등록표 사본 첨부 필요함. ② 일본 내 제조업자는 당해 반려동물용 사료를 제조하는 사업장의 명칭 및 소재지 ③ 제조 또는 수입에 관련된 제품이 사용되는 반려동물의 종류 ④ 해당 반려동물 식품의 제조 또는 수입의 개시 날짜 ⑤ 수출용으로서 제조 또는 수입하는 제품의 취지 <ul style="list-style-type: none"> - 반려동물 식품의 판매만을 하는 경우 신고는 불필요하나, 사업자의 책임으로 장부의 비치, 표시 기준, 성분 규격, 제조 방법의 기준을 준수해야 함. - 반려동물 식품을 재포장하는 경우 제조업자 신고가 필요함. - 신고 사항이 변경된 경우 30일 이내 변경 신고 필요함.
사업 개시 전 사전 신고	① 성명 및 주소, <ul style="list-style-type: none"> - 법인은 명칭, 대표자의 성명 및 주된 사무소 소재지, 등기부 등본 사본 첨부 필요함. - 개인은 주민등록표 사본 첨부 필요함. ② 일본 내 제조업자는 당해 반려동물용 사료를 제조하는 사업장의 명칭 및 소재지 ③ 제조 또는 수입에 관련된 제품이 사용되는 반려동물의 종류 ④ 해당 반려동물 식품의 제조 또는 수입의 개시 날짜 ⑤ 수출용으로서 제조 또는 수입하는 제품의 취지 <ul style="list-style-type: none"> - 반려동물 식품의 판매만을 하는 경우 신고는 불필요하나, 사업자의 책임으로 장부의 비치, 표시 기준, 성분 규격, 제조 방법의 기준을 준수해야 함. - 반려동물 식품을 재포장하는 경우 제조업자 신고가 필요함. - 신고 사항이 변경된 경우 30일 이내 변경 신고 필요함.		

구분	주요 내용
사업 중 장부 기재	<ul style="list-style-type: none"> ① 반려동물 식품의 명칭 및 수량 ② 수입 날짜 ③ 수출처의 국가명, 해당국 수입 제품의 명칭 ④ 반려동물 식품의 포장 모습 ⑤ 반려동물 식품의 제조국명, 제조사의 명칭, 원재료의 명칭 - 반려동물 식품의 수입 또는 도매 및 제조를 실시하는 사업자는 수입 및 판매한 반려동물 식품의 명칭, 수량 등을 장부에 기재하거나 컴퓨터로 기록하여 2년간 보존 할 필요가 있음. - 수입업자 또는 판매업자 및 제조업자가 반려동물 사육자에게 직접 판매한 경우나 양도한 경우 장부의 기재 의무가 없음.

자료: 한국농수산식품유통공사(2024b).

3.2.2. 펫테크¹⁴⁾

가. 관련 제도

펫테크 제품의 HS코드는 정의되어 있지 않아 제품 성격에 따라 일반 전자제품 또는 생활용품 등으로 분류되며, 분류된 기준으로 통관 및 검역 절차를 진행하게 된다. 펫테크(IoT 목줄)는 ‘그 밖의 측정용이나 검사용 기기(HS코드 9031.80)’로 구분되지만, 별도 용도의 펫테크 제품은 다른 코드로 분류될 수 있으며, 통관 및 검역 절차 역시 해당 기준을 적용하게 된다.

일본으로 펫테크(IoT 목줄) 제품을 수출하기 위한 주요 단계는 크게 ① 사전준비, ② 수출·수입신고, ③ 수입 검사, ④ 관세 납부로 등으로 구분할 수 있다. 먼저, 사전준비 단계에서 해당 업체는 일본 관세청의 수출입 물품 통관 절차 및 한국 관세청의 수출입 통관 절차를 숙지해야 하며, 수출신고 단계에서 전자 수출신고 및 수출신고필증을 수령하고 수입신고 단계에서 수출입항만정보처리시스템으로 전자적 수입신고를 해야 한다. 이후 수입 검사 단계에서 서류 검사, 현장 검사, 시험

14) 한국농수산식품유통공사(2024d)를 참고하여 IoT 목줄 제품을 중심으로 작성하였다. 여기서 IoT 목줄 제품은 일반 목줄에 GPS 추적과 반려견 짖음 방지 기능을 갖추고 있어 반려견의 실종 방지와 소음 문제 해결 기능을 갖춘 제품을 의미한다.

검사를 거치게 되며, 수입신고 수리 후 수입 검사 통과 시 관세 납부 후 보세구역에서 물품 반출이 가능하다.

〈표 3-20〉 일본의 펫테크 수입 관련 통관 및 검역 절차

구분	주요 내용	관련 기관
(1) 사전준비	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일본 관세청: 수입품 관련 절차 관리 ■ 한국 관세청 	■ 일본 HS코드 9031.80 확인
(2) 수출신고	<ul style="list-style-type: none"> ■ 수출신고: 전자 수출신고 및 수출신고필증 수령 ■ 필요서류: 수출신고서, 선하증권, 상업송장, 포장명세서 등 	■ 한국 관할세관
(3) 수입신고	<ul style="list-style-type: none"> ■ 수입신고: 수출입항만정보처리시스템(NACSS)으로 전자신고 ■ 필요서류: 상업송장, 선하증권, 포장명세서, 원산지 증명서, 수입신고서 등 	■ 일본 도착항의 관할세관
(4) 수입 검사	<ul style="list-style-type: none"> ■ 수입 제품 검사 <ul style="list-style-type: none"> - 서류 검사: 제출 서류 진위 여부 검사 - 현장 검사: 제출 서류 세부 사항과 실제 수입 제품 교차 대조 검사 - 시험 검사: 포장 개봉 후 신고된 정보와 수입 제품 일치 여부 검사 	■ 일본 관할세관
(5) 관세 납부 및 반출	■ 수입신고 후 수입 검사 통과 시 관세 납부 후 반출 가능	■ 일본 관세청

자료: 한국농수산식품유통공사(2024d).

나. 제품 규격

펫테크 제품은 전기·전자기기로 분류되어 일본의 전기전자제품 유해 물질 함유 정보 표시 규정(J-MOSS)을 적용받는다. 이 규정에 따라 주요 6가지 규제 물질의 함유율 기준치를 초과할 경우 J-MOSS 마크(주황색)의 표시와 함께 함유 정보를 의무적으로 제공해야 한다.

〈표 3-21〉 일본으로 펫테크 제품 수출 시 적용되는 J-MOSS 규정 개요

구분	주요 내용				
대상 품목	PC, 유닛형 에어컨, TV 수신기, 전기냉장고, 전기세탁기 전자레인지, 의류 건조기				
규제 물질 및 기준치	① 납(Lead): 0.1% ② 수은(Mercury): 0.1% ③ 카드뮴(Cadmium): 0.01% ④ 6가크롬(ChromiumVI): 0.1% ⑤ 폴리브롬화비페닐(PBB): 0.1% ⑥ 폴리브롬화디페닐에테르(PBDE): 0.1%				
마크	<ul style="list-style-type: none"> ■ 7개 대상 품목에서 6개 규제 물질 중 어느 하나라도 기준치를 초과하여 면제 대상이 아닐 경우, 제품에 주황색 표시를 의무화하고, 전기 전자기기의 특정 화학물질의 함유 표시 방법(JIS C 0950)에 따라 각 사업자가 표시해야 함. ■ 6가지 규제 물질의 함량이 최대 농도 제한을 초과하지 않는 경우 녹색 표시를 적용할 수 있음. <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">제한치 미준수 시 마크</th> <th style="text-align: center;">제한치 준수 시 마크</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"></td> <td style="text-align: center;"></td> </tr> </tbody> </table>	제한치 미준수 시 마크	제한치 준수 시 마크		
제한치 미준수 시 마크	제한치 준수 시 마크				
					

자료: 한국농수산식품유통공사(2024d).

다. 제품 라벨링

앞서 언급한 바와 같이, 펫테크 제품은 전기·전자기기로 분류되며, 일본의 전자기기 제품 라벨링은 전파법 및 전기용품안전법을 준수해야 한다. 이 규정은 일본 내에서 유통되는 전자기기의 안전성과 신뢰성을 확보하기 위해 제정되었으며, 소비자에게 필요한 정보를 명확히 제공하도록 규정되어 있다. 무선통신 기능을 가진 제품은 MIC(Ministry of Internal Affairs and Communications) 인증을 필수적으로 받아야 하며, 배터리나 전원을 사용하는 제품은 PSE(Product Safety Electrical Appliance & Material) 인증을 필수적으로 받아야 한다. 또한 필요시 방수 및 방진 등급(IP 등급) 표기가 요구된다. 따라서 펫테크 제품의 일본 수출을 위해서는 MIC 인증 및 PSE 인증이 필수적으로 요구된다고 할 수 있다.

〈표 3-22〉 일본으로 펫테크 제품 수출 시 적용되는 라벨링 규정 개요

구분	주요 내용
명칭	전자기기 제품 라벨링 규정
관련 법령	전파법(Radio Law), 전기용품 안전법(Electrical Appliance and Material Safety Law: PSE)
요구사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 라벨 표기 시 언어는 '일본어'로 표기, 일본어 외 다른 언어 추가 작성 가능 ■ 최종 소비자가 쉽게 볼 수 있도록 제품 또는 포장에 눈에 띄게 표기 ■ 유통 및 판매 과정 동안 라벨이 유지되도록 내구성 있는 형태로 부착
수입 제품 필수 표기 사항	<ol style="list-style-type: none"> ① 원산지 ② 제조업체 또는 수입업체 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 책임 주체 정보: 제조업체, 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소를 포함하여 소비자 및 규제 당국이 확인할 수 있도록 함. - 세부 사항: 회사 이름, 주소(거리, 도시, 주, 국가 포함) 명시 - 추가 연락처: 전화번호나 웹사이트를 포함하여 소비자와의 소통을 원활히 할 수 있음.
전자기기 제품 필수 표기 사항	<ol style="list-style-type: none"> ① MIC 인증: 무선통신 기능이 있는 제품에 대해 일본 전파법 기준을 충족하는 MIC 인증마크 및 번호 기재 ② PSE 인증: 배터리 또는 전원을 사용하는 경우 PSE 인증마크 부착. 제품 출력, 전압, 전류 명시 ③ 안전 경고 문구: 전자기기 사용 시 주의사항 및 경고 문구 포함 ④ (필요 시) 방수/방진 등급 해당 제품의 IP 등급 명시

자료: 한국농수산식품유통공사(2024d).

무선 송수신 기능(Wi-Fi, 블루투스, RFID)을 포함한 모든 전자기기는 일본 전파법에 근거하여 의무적으로 MIC 인증을 받아야 하며, 해당 무선 송수신 기능이 일본 내 기술 기준에 적합한지 검증하게 된다. 또한 적합성 검사를 통해 인증마크 및 인증번호를 획득해야 일본 내 유통 및 사용이 가능하다.

한편, 일본에 전기제품을 수출하기 위해서는 PSE 인증이 의무적으로 요구된다. PSE 인증은 전기제품으로 발생할 수 있는 위해 및 장해 위험을 최소화하기 위해 시행되는 인증이며, 특정 전기용품과 특정 전기용품 이외의 전기용품으로 구분되어 시행된다. 또한 전기제품은 적합성 검사를 통과하여 증명서를 발급받아야 일본에서 제품을 판매할 수 있다.

〈표 3-23〉 일본으로 펫테크 제품 수출 시 의무 인증 및 주요 내용

구분	MIC 인증	PSE 인증
명칭	MICCom Engineering Center: MIC	Product Safety Electrical Appliance & Material: PSE
구분	일본 전파법(Radio Law)에 의거 시행되는 강제 인증제도	일본 전기용품안전법에 의거 시행되는 강제 인증
제도 목적	전파 간섭 방지와 무선 장치의 안전한 사용을 보장	전기용품에 의한 위해와 장해 발생을 최소화하기 위한 목적
대상 품목	무선 통신 기능을 포함하는 모든 전자기기, 무선 송수신 장치 및 IoT 디바이스 전반	특정 전기용품(115개 품목, Diamond PSE), 특정 전기용품 이외의 전기용품(338개 품목, Circle PSE)
시험 및 인증기관	일본 총무성(Ministry of Internal Affairs and Communication: MIC)	JECTEC 시험/인증기관, TUV Rheinland Japan 시험/인증기관, UL-Japan 시험/인증기관, JQA 시험/인증기관, JET 시험/인증기관
취득 대상 및 성격	제조업체, 수입업체, 판매업체 대상이며, 필수 취득 필요	제조업체, 수입업체, 판매업체 대상이며, 필수 취득 필요
발급 절차	① 기술 기준 적합성 확인 ② 인증 신청: MIC에서 인정한 인증 기관에 신청서 제출 ③ 시험 진행: 제품의 무선 통신 성능, 주파수 대역, 출력, 간섭 가능성 등을 검증 ④ 인증 발급	① 특정 전기 용품 대상의 확인 ② 인증기관으로 신청서류 일체 및 시료 제출 ③ 인증기관 또는 지정 해외시험소에서 샘플시험 ④ 인증기관 또는 지정 해외 검사기관으로부터 공장 심사 ⑤ 시험 및 공장심사 결과 적합 시 인증서 발행 ⑥ 인증서 부분을 일본 수입 사업자에게 전달 ⑦ 일본 수입 사업자 사업 신고 후 판매
제출 서류	① 제품 사양서 ② 기술설명서(회로도, 설계도 등) ③ 무선 기술 관련 상세자료(주파수 대역, 출력 등)	① 신청서(PSE 신청서 양식) ② 형식 구분표 ③ 구조, 재질, 성능 등 제품의 개요 ④ 중요 부품 리스트 ⑤ 공장 리스트 및 공장 정보 질의서 ⑥ 제조공장의 검사 설비 리스트 ⑦ 표시 사항 ⑧ 기술정보(회로도, 부품 전기 정격, 기타정보 등)
수수료 및 유효기간	<ul style="list-style-type: none"> ■ 검사 및 인증 수수료: 제품 종류와 검사 범위에 따라 상이 ■ 유효기간: 제품 변경 시 재인증 필요 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 검사 및 인증 수수료: 제품 종류와 검사 범위에 따라 상이 ■ 유효기간: 제품 종류에 따라 3~7년
담당 기관	일본 총무성(Ministry of Internal Affairs and Communication: MIC)	일본 경제산업성(Ministry of Economy, Trade and Industry: METI)
인증마크		 

자료: 한국농수산식품유통공사(2024d).

4. 한국

4.1. 반려동물 연관산업 수출 관련 법률

4.1.1. 관련 법과 연관산업 지원 근거의 한계

우리나라는 농수산물의 안정적인 생산·수집·가공·수출 기반을 조성하기 위해 「농수산물수출진흥법」이 시행되었으나, 수출 진흥을 위한 기금 설치 근거 법률의 정비 및 법률 정비의 일관성 확보를 위해 2000년 폐지되었으며, 이후 「농업·농축 및 식품산업 기본법」¹⁵⁾에서 수출 진흥 정책 수립의 근거를 제시하고 있다. 농수산물수출진흥법은 법률 제정·시행 시기와 시대변화에 따른 농업 및 유통 구조변화, 국제 무역 환경 등과 상충되는 내용으로 인해 폐지되었으며, 이후 관련 기능을 대체하는 직접적인 법안은 존재하지 않고 있다. 다만, 농업·농축 및 식품산업 기본법에서 수출 진흥사업 및 기금마련의 근거를 제시하고 있으며, 이에 기반하여 수출 지원 정책이 시행 중이다.

한편, 현재 국내 반려동물 연관산업과 관련된 대표적인 법안은 「동물보호법」이며, 해당 법안에서 반려동물 연관산업의 분류체계 및 운영기준 등을 제시하고 있다. 동물보호법은 2007년 전부개정 이후 반려동물 관련 영업의 유형을 확대하고 관리 방식을 강화하였으나, 반려동물 연관산업 전반을 포괄하고 체계적으로 육성 할 수 있는 법적 기반은 미비한 실정이라 할 수 있다. 즉, 동물보호법에서 명시하고 있는 반려동물의 대상이 동물 전체가 아닌 ‘반려(伴侶)의 목적으로 기르는 개, 고양이 등 농림축산식품부령으로 정하는 동물’로 한정되어 있으며, 반려동물 관련 영업을 개설하기 위한 행정 사항을 정하는 것에 그치고 있어 법의 취지와 대상, 수

15) 제59조(농산물 및 식품의 수출 진흥) ① 국가와 지방자치단체는 농산물 및 식품의 수출 진흥과 우리나라 식생활 문화의 전파 등을 위하여 해외시장 개척, 무역 정보의 수집·제공 등에 필요한 정책을 세우고 시행하여야 한다. <개정 2015. 6. 22.> ② 국가와 지방자치단체는 제1항에 따른 정책을 효과적으로 추진하기 위하여 농업경영체, 생산자단체, 식품산업을 업으로 하는 자와 농산물과 식품을 수출하는 자 등에게 필요한 지원을 할 수 있다. <개정 2015. 6. 22.>

단이 반려동물 연관산업 전반에 대한 법적 규율의 수요를 현행 동물보호법이 충족하지 못한다는 한계가 있다.¹⁶⁾

4.1.2. 「반려동물 연관산업 육성 및 관리에 관한 법률」 관련 주요 내용

현재 반려동물 연관산업 지원정책 수립의 법적 근거 확보와 일괄적·지속적 지원방안 확보를 위해 반려동물 연관산업 육성 및 관리에 관한 법률이 입법¹⁷⁾되어 국회에 제출된 상태이다.

입법발의된 반려동물 연관산업 육성 및 관리에 관한 법률(안) 중에서 반려동물 연관산업의 수출 활성화와 관련된 내용은 제11조, 제13조, 제15조에 제시되어 있다. 제11조에서는 반려동물 연관산업의 창업 및 발전을 위한 지원 근거를 제시하고 있으며, 제13조에서는 반려동물 연관산업의 육성 및 관리업무를 전담하는 기관 설립의 근거를 제시하고 있다. 그리고 제15조에서는 반려동물 사업자의 해외 진출을 촉진하기 위한 해외시장 및 수출 관련 정보 수집·제공 근거를 제시하고 있다. 따라서 본 법안이 국회에서 의결될 경우 반려동물 연관산업 수출 진흥 정책의 법적 근거 확보 및 체계적·지속적인 정책 수립 효과를 기대할 수 있을 것으로 보인다.

〈표 3-24〉 「반려동물 연관산업 육성 및 관리에 관한 법률(안)」 중 수출 활성화 관련 내용

구분	주요 내용
제11조 (벤처 창업지원)	① 농림축산식품부장관은 제10조에 따른 연구 및 기술개발 성과의 보급 및 실용화를 촉진하기 위하여 반려동물 연관산업 벤처 창업을 지원할 수 있다.
제13조 (전담기관 지정 등)	① 농림축산식품부장관은 반려동물 연관산업의 육성 및 관리에 관한 업무를 전담하는 기관을 지정할 수 있다.
제15조 (해외 진출 촉진 등)	① 농림축산식품부장관 및 지방자치단체의 장은 반려동물 연관산업의 수출 경쟁력을 높이고 해외 진출을 촉진하기 위하여 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다. ② 농림축산식품부장관 및 지방자치단체의 장은 반려동물을 제품 등을 해외에 홍보·수출하거나 해외시장을 개척하는 자 또는 단체 등에게 필요한 지원을 할 수 있다.

자료: 문대림 외(2015).

16) 김현희(2017).

17) 해당법안(의안번호: 2211136)은 문대림 의원 등 10인이 발의하였으며, 대안반영폐기(2025. 12. 19.)되어 수정된 대안 법안이 입법 진행될 예정임.

4.2. 반려동물 연관산업 수출 관련 종합계획 추진현황

우리나라의 동물복지 종합계획은 제1차(2015~2019), 제2차(2020~2024), 제3차(2025~2029)에 걸쳐 수립·시행되고 있다. 현재 제1차 및 제2차 계획 중 반려동물 연관산업에 대해 논의된 내용은 주로 연관산업의 관리·육성 방안에 한정되어 있으며, 수출 활성화 방안은 구체적으로 제시되어 있지 않다.

‘제3차 동물복지 종합계획(2025~2029)’에서는 반려동물 연관산업의 수출 활성화에 대하여 ‘시장조사, 제품·서비스의 현지화, 판로 개척 등 체계적인 지원 체계 구축을 통해 펫푸드 등 수출 확대’ 등으로 구체적인 방안을 제시하고 있다. 또한 세부 내용으로 국가별 해외인증, 성능시험 등 제품 고도화 지원, 수출 판로 개척을 위한 박람회 지원 및 바이어 발굴 등의 수출 경쟁력 강화방안을 제시하고 있으며, 이와 함께 특허·상표권 등록 등 해외 진출 서비스 제공, 국가별 검역 절차 등 맞춤형 정보 제공, 제품 등록·통관 등 실무 교육을 통한 수출역량 제고 방안이 제시되어 있다.

〈표 3-25〉 제3차 동물복지 종합계획의 반려동물 연관산업 수출 관련 추진계획

구분	추진 일정	구분	추진 일정
연관산업 육성법률 제정	2025~2027	One Welfare Valley 조성	2025~2027
반려동물 사료 제도개선	2025~2026	반려동물 연관산업 연구개발	2025~2029
산업 별도 분류 및 통계조사	2025~2029	수출 지원 협의체 운영 및 박람회 등 수출 지원	2025~2029

자료: 농림축산식품부(2025).

4.3. 정부 부처별 수출 지원 정책 현황

4.3.1. 농림축산식품부

농림축산식품부에서는 한국농수산식품유통공사(aT)를 통해 농식품 수출 역량 및 성장 가능성을 보유한 수출기업을 대상으로 대미 상호관세 상향 등 통상환경

변화 대응 지원 및 수출 경쟁력 제고를 위한 농식품글로벌성장패키지 지원사업을 시행하고 있다.

해당 지원사업에 신청하기 위해서는 2022~2024년 중 1년 이상 농식품 수출 실적을 필수로 보유해야 하며, 선정될 경우 기반조성(15개 사업), 마케팅 강화(12개 사업), 현지화 지원(6개 사업) 등 농식품 수출에 필요한 각 사업 중에서 자율적으로 선택할 수 있다. 또한 기업 규모와 농식품 수출 실적에 따라 지원 비율과 배정 한도가 차등 적용되며, 국고 지원 비율은 중소기업 90%, 중견기업 80%이다.

〈표 3-26〉 농식품글로벌성장패키지 지원사업의 지원 내용

구분	주요 지원 내용
기반조성 (15개 사업)	수출컨설팅, 수출전문인력 양성, 제품개발(기술도입), 포장디자인 개발, 지식재산권 출원, 해외 인증등록, 샘플통관운송, 현지 수입 등록 및 검사 지원, 해외기업 신용조사, 물류 효율화 비용, 장기저장제 보급, 공동브랜드 포장재 지원, 프리미엄 수출품 선별지원, 항만·공항 부대비용, 해외채권 회수대행 서비스
마케팅 강화 (12개 사업)	홍보콘텐츠 제작, 현지시장조사, 개별식품박람회 참가, 개별바이어 초청, 유통업체 판촉, 온라인 판촉, 미디어 홍보, 소비자 체험홍보, 마켓테스트, 기획바이어 그룹 초청 및 생산현장 팬투어, 온라인 수출상담회, 시장개척단
현지화 지원 (6개 사업)	법무·세무·회계 자문, 통번역(수출용 자료), 상품설명회 및 세미나, 수출공동브랜드 개발, 주류 마켓 및 온라인몰 신규 입점비, 지사화 사업(공유오피스 임차료, 임시직 고용 등)

자료: 한국농수산식품유통공사(2025).

4.3.2. 중소벤처기업부

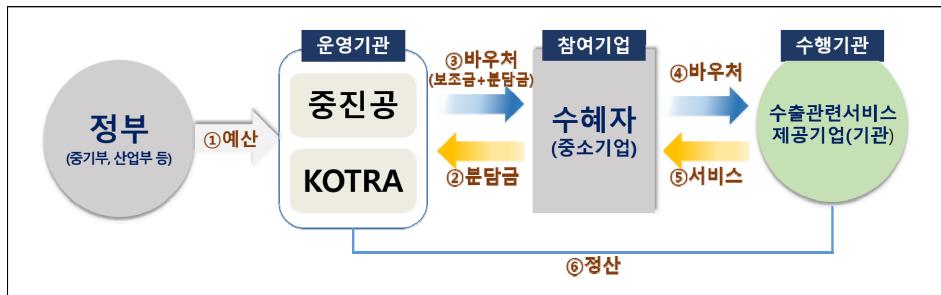
중소벤처기업부에서는 급변하는 글로벌 무역환경에서 수출 중소기업이 관세 장벽 등 무역 애로를 효과적으로 극복하도록 지원하기 위해 수출바우처¹⁸⁾ 사업을 시행하고 있다. 해당 사업은 다양한 수출 서비스를 기업이 필요한 시점에 자유롭게 선택하여 이용하고 지급된 바우처를 이용하여 소요 비용을 정산할 수 있다.

구체적인 발급 및 정산 과정을 살펴보면 먼저, 운영기관이 바우처 총액(① 국고 + ② 기업부담금)을 재원으로 참여 기업에게 바우처(③ 가상의 쿠폰)를 발급하고

18) '수출바우처'는 시스템에 구축된 메뉴판 내 다양한 수출 관련 서비스를 이용할 수 있는 가상의 온라인 쿠폰으로 정부지원금(50~70%)과 기업 분담금(50~30%)으로 구성된다.

이후 바우처를 보유한 참여 기업은 수행기관이 제공하는 각종 수출 지원 서비스를 온라인 메뉴판에서 비교·선택하여 수행기관과 계약(④ 바우처) 및 과업 수행(⑤ 서비스)을 실시한 이후 운영기관이 수행기관에 비용을 지급하는 과정을 거치게 된다(⑥ 정산).

〈그림 3-1〉 수출바우처 발급 및 정산 흐름도



자료: 중소벤처기업부(2025).

관세 피해기업¹⁹⁾ 또는 일반 수출기업으로 구분하여 신청할 수 있으며, 관세 피해기업을 우선적으로 선정한다. 사업에 선정되면 직전 연도 수출액 규모에 따라 지원금액을 차등 적용하여 지원하며, 직전 연도 매출액 규모에 따라 국고 지원 보조율을 차등 적용한다.²⁰⁾ 또한 수출국 다변화 기업²¹⁾과 수출 고성장 기업²²⁾은 각각 바우처 국고 지원 한도의 120%, 150%까지 지원 한도를 우대받을 수 있으며, 수출단계별로 지원받을 수 있는 바우처의 합산 한도가 설정되어 있고 전전 연도 지원금부터 합산된다.²³⁾

19) '관세 피해기업'이란 ① 최근 3개년 미국 직접 수출 실적 보유, ② 최근 3개년 해외 생산거점에서 미국 직접 수출 실적 보유, ③ 최근 3개년 미국 간접수출 실적 보유 등의 요건 중 하나에 해당하는 기업을 의미한다.

20) ① 매출액 100억 미만 70% 보조, ② 100~300억 원 미만 60% 보조, ③ 300억 원 이상 50% 보조 등으로 구분된다.

21) '수출국 다변화 기업'이란 수출바우처 사업 참여 기업 중 전전 연도 대비 직전 연도의 수출국 수가 증가한 기업을 의미한다.

22) '수출 고성장 기업'이란 직전 연도 수출액이 100만 달러 이상이며, 최근 3년간 연평균 수출증가율이 20% 이상인 기업을 의미한다.

〈표 3-27〉 수출바우처 사업의 지원 내용

수출단계	실적 기준	국고 지원 한도(백만 원)
내수	전년도 수출 실적이 없거나, 1,000달러 미만 기업	30
초보	전년도 수출액 1,000~10만 달러 미만	30
유망	전년도 수출액 10~100만 달러 미만	45
성장	전년도 수출액 100~500만 달러 미만	70
강소	전년도 수출액 500만 달러 이상	100

자료: 중소벤처기업부(2025).

4.3.3. 산업통상부(한국무역보험공사)

산업통상부 산하의 한국무역보험공사는 수출기업이 수출계약에 따라 물품을 선적한 후 금융기관이 환어음 등의 선적서류를 근거로 수출채권을 매입할 때 연대 보증하는 수출신용보증(선적후) 제도를 운영 중이며, 이를 통해 단기 수출 보험 연계 가입을 의무화함으로써 수입자의 대금 미결제 위험으로부터 수출기업을 보호하고 있다.

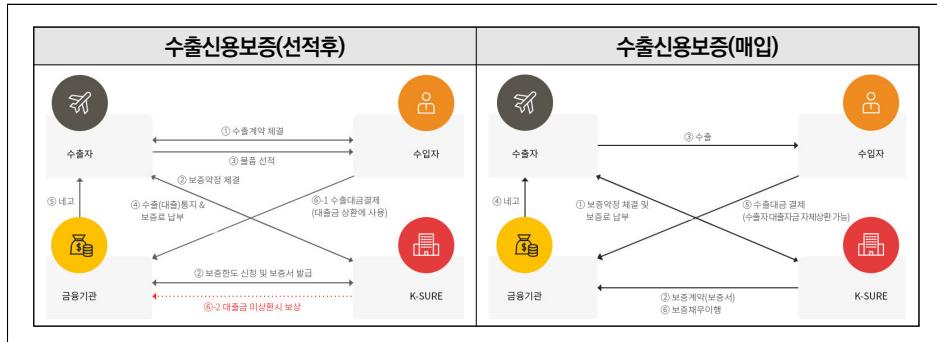
해당 제도는 결제기한 최대 2년 이내의 일반수출 또는 위탁가공무역 거래일 경우 결제방식에 상관없이 지원 대상이 될 수 있으며, 보증 절차는 ① 보증 상담, ② 수출자·수입자 신용평가, ③ 보증신청, ④ 보증한도 책정, ⑤ 보증약정 체결, ⑥ 보증서 발급, ⑦ 대출(수출)통지, ⑧ 보증료 및 보험료 납부, ⑨ 보증부 대출(매입) 등 9단계로 구성된다.

이와 함께 한국무역보험공사는 수출신용보증(선적후)과 수출신용보증(매입) 제도)를 통해 이용 절차의 간소화와 담보력 향상을 유도하고 있다. 이 제도는 무신용장 거래방식(결제기한 최대 1년 이내로 제한)에 한정하여 지원하며, 대출(수출) 통지 생략과 기존의 의무조건이었던 단기 수출 보험 연계가입이 선택으로 변경되어 지원절차가 간소화된 장점이 있다. 이용 절차는 ① 보증 상담, ② 수출자·수입

23) 수출단계별 지원 한도는 내수 6,000만 원, 초보 6,000만 원, 유망 9,000만 원, 성장 1억 4,000만 원이다.

자 신용평가, ③ 보증신청, ④ 보증한도 책정, ⑤ 보증약정 체결 및 보증료 납부, ⑥ 보증서 발급, ⑦ 보증부 대출(매입) 등으로 구성된다.

〈그림 3-2〉 수출신용보증(선적후)과 수출신용보증(매입)의 상품구조 비교



자료: 한국무역보험공사(검색일: 2025. 10. 9.).

〈표 3-28〉 수출신용보증(선적후)과 수출신용보증(매입)의 계약사항

구분	수출신용보증(선적후)	수출신용보증(매입)
보증계약자	금융기관	
대상기업	신용상 문제가 없는 수출자(내부규정에 따른 보증금지, 보증 제한 및 기타 거절 사유에 해당하는 경우 이용 제한)	
보증하는 채무	대출원금에 보증 비율을 곱한 금액 및 약정이자	
보증비율	90% 이내	
보증약정	K-SURE와 수출자 간 권리·의무관계를 약정하는 것으로, 주채무자(수출자)와 연대보증인이 약정서에 자필 서명	
담보위험	비상위험 및 신용위험으로 인한 수입자의 미결제 위험	수출자의 대출금 미상환 위험
대상거래	2년 이내 신용장·무신용장 방식의 일반수출, 위탁가공무역 수출거래(중계무역, 재판매거래 제외)	1년 이내 무신용장 방식의 일반수출, 위탁가공무역, 중계무역 수출거래(재판매거래 제외)
보증서 유효기간	최종 매입일(보증 이용건)로부터 1년 (보증 이용실적이 없는 경우는 보증서 발급일로부터 1년)	보증서 발급일로부터 1년
기타	단기 수출 보험 연계가입 필수	단기 수출 보험 연계가입 선택, 보증료 연 1회 선납(연 0.5%~2.5% 수준으로 신용등급이 높을수록 저렴)

자료: 한국무역보험공사(2025).

4.4. 반려동물 연관산업 수출 관련 지원사업 현황

현재 농림축산식품부에서 추진 중인 반려동물 연관산업 수출기업 대상 지원사업은 다양한 부문에 걸쳐 이루어지고 있으며, 주요 지원사업은 K-Pet 수출 박람회 참가 지원, 박람회 등 참가 지원, 해외인증 등 현지화 지원사업, 상품 연구·개발 지원사업 등이다.

K-Pet 수출 박람회 참가 지원사업은 관련 기업을 대상으로 해외 수요 발굴 및 수출 상담 기회 제공을 통해 국내 기업의 해외 진출 활성화를 지원하는 사업이며, 박람회 등 참가 지원사업은 국내·외 주요 박람회, 전시회, 컨퍼런스 등에 개별 참가²⁴⁾하는 관련 제조·수출업체를 대상으로 참가 비용을 지원하는 사업이다. 해외 인증 등 현지화 지원사업은 관련 제조·수출업체를 대상으로 반려동물 연관산업 해외 수출 확대를 위해 필요한 수출 사업을 지원하는 사업이며, 상품 연구·개발 지원사업은 관련 기업을 대상으로 수출 직전 제품 또는 서비스의 기술 고도화, 바이어 요구사항 반영을 위해 상품 연구·개발을 지원하는 사업이다.

〈표 3-29〉 반려동물 연관산업 수출기업 대상 지원사업 개요

구분		사업 개요
K-Pet 수출 박람회 참가 지원사업	지원 대상	반려동물 연관산업 관련 기업
	대상 품목	펫푸드, 펫테크(일반용품), 펫헬스케어, 펫서비스 등 반려동물 연관산업 관련 제품·서비스
	사업 목적	국내 반려동물 연관사업 관련 기업(제품 등)에 해외 수요 발굴 및 수출 상담 기회를 제공하여, 국내 기업의 해외 진출 활성화
	지원 내용	전시 부스, 임차·장치비, 비품 임차, 운송통관, 참가업체 딜렉토리 등 홍보 콘텐츠 제작 등
박람회 등 참가 지원사업	지원 대상	반려동물 연관산업 관련 제조·수출업체
	대상 품목	펫푸드, 펫테크(일반용품), 펫헬스케어, 펫서비스 등 반려동물 연관산업 관련 제품·서비스
	사업 목적	국내 반려동물 연관산업 관련 기업(제품 등)의 해외 진출 확대
	지원 내용	임차비, 장치 공사비, 비품 임차비, 전시품 운송통관비, 박람회 주최 측 제공 마케팅 서비스 비용, 보험료, 통역비 등

24) 개별 참가란 정부, 지자체, 유관 기관 등으로부터 국고 지원을 받지 않고 기업이 전시회 주최사와 직접 계약하여 자사의 기업명으로 해외 전시회에 독자적으로 참가하는 유형이다.

(계속)

구분		사업 개요
해외인증 등 현지화 지원사업	지원 대상	반려동물 연관산업 관련 제조·수출업체
	대상 품목	펫푸드, 펫테크(일반용품), 펫헬스케어, 펫서비스 등 반려동물 연관산업 관련 제품·서비스
	사업 목적	반려동물 연관산업 해외 수출 확대를 위해 필요한 수출 사업을 지원하여 수출기업 양성
	지원 내용	산업재산권 취득, 서류 대행/현지 등록, 디자인 개발, 홍보 동영상, 해외규격 인증, 홍보/광고, 유통업체 판촉 등
상품 연구·개발 지원사업	지원 대상	반려동물 연관산업 관련 기업
	대상 품목	수출 가계약 수출, MOU 체결, 바이어 제품 수입 의향서 등을 갖춘 기업 등 수출계약 등이 진행 중인 기업
	사업 목적	수출 직전 제품 또는 서비스의 기술 고도화, 바이어 요구사항 반영을 위한 상품 연구·개발 지원으로 수출 확대를 위한 경쟁력 강화
	지원 내용	시험인증(해외제품 등록을 위한 임상·비임상·성능시험 비용), 실증(반려동물 제품, 서비스의 고도화, 바이어 요구사항 반영을 위한 성능 실증)을 위해 필요한 경비 등
정보조사 지원사업	지원 대상	반려동물 연관산업 관련 기업(제조·수출업체)
	대상 품목	펫푸드, 펫테크(일반용품 포함), 펫헬스케어, 펫서비스 등 반려동물 연관산업 관련 제품·서비스
	사업 목적	국내 반려동물 연관사업 관련 기업(제품 등)의 수출 전략 수립 등에 활용할 수 있는 해외정보 제공
	지원 내용	기업별 수요 맞춤형 해외시장 조사 보고서 제공(최대 2건 제공)
전문인력 양성 지원사업	지원 대상	반려동물 연관산업 기업(제조, 유통, 수출업체 등) 임직원 등
	대상 품목	-
	사업 목적	반려동물 연관사업 종사자 등의 해외시장 진출역량 강화
	지원 내용	기초무역과 첫GPT 활용, 펫헬스케어 수출전략, 펫푸드 수출전략, 펫테크 수출전략, 해외 오프라인 마케팅, 반려동물 연관산업 제품 동남아 시장 진출과 수출 애로 해결법 등
온라인플랫폼 활용 지원사업	지원 대상	반려동물 연관산업 관련 기업(제조·수출업체)
	대상 품목	펫푸드, 펫테크(일반용품 포함), 펫헬스케어, 펫서비스 등 반려동물 연관산업 관련 제품·서비스
	사업 목적	반려동물 연관산업 관련 네트워크, 인프라 구축 지원을 통해 기업 간 시너지 창출
	지원 내용	리자다 내 운영 중인 aT 온라인 한국식품관 입점 및 공동마케팅 지원, 수출 지원 협의체 운영 등을 통한 정보 공유, 기업 간 네트워크 구축 등

자료: aT 수출종합지원시스템(검색일: 2025. 5. 13.).

4.5. 반려동물 연관산업 관련 예산 및 R&D 현황

4.5.1. 반려동물 연관산업 예산 동향

반려동물 연관산업이 확대·고급화되고 신성장산업으로 부각됨에 따라 정부의 반려동물 연관산업 관련 사업에 대한 관심이 높아지고 있다. 반려동물 연관산업 관련 사업의 주요 대상은 4대 주력산업(펫푸드, 펫헬스케어, 펫서비스, 펫테크), 스타트업, 동물용 의약품 산업 등이며, 주요 사업내용으로는 동물보호 및 복지 대책, 반려동물 산업 육성, 반려동물 연관산업 해외 수출 산업화, 동물용 의약품 산업 종합지원, 동물용 의약품 산업 종합지원(용자), 곤충 미생물 산업 육성지원 등이 있다.

반려동물 연관산업 관련 사업예산은 2020년 약 216억 원에서 2025년 281억 원으로 연평균 5.5% 증가하였다. 반려동물 연관산업 예산 구성 중 비중이 가장 큰 부분은 동물용 의약품 산업 종합지원으로 전체 예산의 65.1%를 차지하고 있으며, 곤충·미생물 산업 육성지원(동물용 그린바이오 의약품 산업화)이 12.8%를 차지하고 있다. 앞의 두 사업은 모두 동물용 의약품 개발이라는 큰 틀로 묶을 수 있으며, 이들을 제외한 반려동물 연관산업 관련 예산은 약 62억 원으로 한정되어 있다. 다만, 이와 같은 예산 규모는 반려동물 연관산업의 성장 및 육성을 위한 정부의 정책실행력을 제한할 여지가 있으므로 반려동물 연관산업 관련 사업예산 증액 검토가 필요한 시점이라 할 수 있다.

〈표 3-30〉 연도별 반려동물 연관산업 관련 사업예산 추이

단위: 백만 원, %

사업명	2020	2021	2022	2023	2024	2025	연평균 증가율
동물보호 및 복지 대책	780	780	600	700	-	-	-
반려동물 산업 육성	-	-	-	400	3,810	3,511	196.3
반려동물 연관산업 해외 수출 산업화	-	-	-	-	1,840	2,720	47.8

(계속)

사업명	2020	2021	2022	2023	2024	2025	연평균 증가율
동물용 의약품 산업 종합지원	20,790	24,220	16,920	10,480	13,550	18,301	△2.5
곤충·미생물 산업 육성지원	-	-	-	300	3,600	3,600	246.4
합계	21,570	21,570	17,620	11,910	22,900	28,132	5.5

주 1) 편성내용 및 산출 근거 내 반려동물 연관산업 관련 내용이 포함된 예산을 도출함.

2) 동물용 의약품 산업 종합지원액은 응자 포함임.

자료: 농림축산식품부(각 연도), 예산 및 기금운용계획 사업설명자료.

4.5.2. 반려동물 연관산업 R&D 동향

반려동물 연관산업이 양적 성장을 이루고 있음에도 불구하고 현재 글로벌 경쟁력 수준이 낮아 R&D, 시설·장비 등에 대한 재투자 부족 등 한계를 극복하기 위해 반려동물 연관산업 관련 R&D 부문에 대한 요구가 높아지고 있다. 이와 같은 반려동물 연관산업 관련 R&D의 주요 대상은 펫푸드, 펫헬스케어, 펫테크, 동물용 의약품 산업 등이며, 주요 연구 내용은 농림축산 검역 검사 기술개발, 수출 전략 기술개발, 반려동물 전 주기 산업화 기술개발 등이라 할 수 있다.

반려동물 연관산업 관련 R&D 예산 합계를 살펴보면 전반적으로 상승 추세로 볼 수 있으나, 실질적인 반려동물 연관산업에 대한 R&D라 할 수 있는 반려동물 전 주기 산업화 기술개발 사업예산은 2022년 약 67억 원에서 2025년 45억 원으로 12.5% 감소하였다. 이는 반려동물 연관산업을 신성장 동력원으로 확보하고자 하는 정부의 정책목표 설정과 방향성이 부합하지 않는 것으로 볼 수 있으며, 반려동물 연관산업의 지속가능한 성장을 도모하기 위해서는 실질적인 성과를 도출할 수 있는 R&D에 대한 투자 확대가 필요할 것으로 판단된다.

〈표 3-31〉 연도별 반려동물 연관산업 관련 R&D 예산 추이

단위: 백만 원, %

사업명	2020	2021	2022	2023	2024	2025	연평균 증가율
농림축산 검역 검사 기술개발	2,312	3,464	3,996	4,666	2,947	7,353	26.0
수출 전략 기술개발	7,185	7,020	1,080	-	-	-	-
반려동물 전 주기 산업화 기술개발	-	-	6,722	8,960	7,462	4,501	△12.5
합계	9,497	10,484	11,798	13,626	10,409	11,854	4.5

주: 편성내용 및 산출 근거 내 반려동물 연관산업 관련 내용이 포함된 예산을 도출함.

자료: 농림축산식품부(각 연도), 예산 및 기금운용계획 사업설명자료.

5. 시사점

5.1. 해외 정책의 벤치마킹 및 정보 제공 시스템 구축 필요

미국 펫푸드협회는 2024년 미국 펫푸드 수출(약 25억 달러)과 관련하여 2025년 MAP 보조금으로 약 140만 달러를 수령하였다. 이를 바탕으로 18개국, 10개 시장에서 미국 펫푸드를 홍보할 계획을 수립하였으며, 주요 대상 국가로는 브라질, 중국, 멕시코, 한국, 일부 중동국가 등이 해당한다. 또한 협회는 MAP 및 FMD 지원금을 이용하여 수의사 교육지원, 현지 구조 단체 협력, 소비자 홍보 캠페인 등을 통해 펫푸드에 대한 소비자 신뢰도를 높이고 있으며, 이를 바탕으로 자국산 제품의 품질·안전성·영양 관련 교육과 홍보를 강조하여 브랜드 경쟁력 강화를 유도하고 있다.

현재 미국 농무부는 MAP 및 FMD 프로그램을 통해 1달러를 투자할 경우 미국의 농산물 수출은 24달러가 증가하는 것으로 추정하고 있으며(Global Pets, 2025. 3. 27.), 전체 미국 농산물 수출 증가 효과 분석보고서²⁵⁾에서는 MAP 및 FMD 프로

25) 인용 보고서는 MAP과 FMD 프로그램 실행에 따른 미국 전체 농산물의 수출 증대 효과를 분석하였으며, 펫푸드 부문의 효과는 제시되어 있지 않으므로 보고서 분석 결과를 펫푸드 부문으로 확대해석하기에는 무리가 있다.

그램을 통해 시장 진입 장벽 완화 및 수출 기회 확대에 기여하는 효과가 있는 것으로 제시되어 있다(Somers et al., 2022).

한편, 우리나라 역시 반려동물 연관산업 관련 수출 지원 프로그램이 한국농수산식품유통공사(aT)를 중심으로 진행되고 있으나, 현재 지원 프로그램은 미국의 MAP와 연관성이 높은 반면, FMD의 중장기 관련 프로그램과 대응하는 내용은 찾기 어려운 상황이라 할 수 있다. 따라서 우리나라 반려동물 연관산업 수출 활성화 정책 수립 시 FMD의 정책사례를 벤치마킹할 필요성이 있다. FMD의 경우 정부와 관련 업계의 매칭펀드로 구성되며, 자국산 펫푸드의 해외시장 개척 및 홍보 수단으로 사용되고 있다. 이는 우리나라에서 운영 중인 자조금제도와 성격이 유사하며, 지속적인 국산 펫푸드의 해외 수출 정책 수립 및 업계 지원을 위해서는 이를 벤치마킹하여 활용할 필요가 있다.

이와 함께 펫푸드 수입과 관련하여 미국은 제품 및 시설 등록제도를 운영하고 있으며, 특히 자국에 신규진입하는 업체의 경우 FDA 규정에 기반한 시설 등록을 필수적으로 요구하고 있다. 이는 미국 시장 진입 시 무역장벽의 하나로 작동한다는 지적이 있으므로 미국 시장 진출에 대비한 시설 등록 관련 정보 제공 및 매뉴얼을 구축할 필요성이 있다.

5.2. 관련 법 정비 필요

과거 우리나라는 농수산물수출진흥법을 통해 농산물 수출을 지원하였으나, 2000년 농업·농촌 및 식품산업 기본법이 제정되면서 그 내용이 통합·흡수됨에 따라 폐지되었다. 농업·농촌 및 식품산업 기본법은 수출 진흥을 지원하는 내용을 포함하는 상위법으로 세부 지원 내용을 제시하는 법안은 각 품목별 하위법에 제시되어 있으며, 일례로 식품의 경우 「식품산업진흥법」에서 식품의 수출 지원 및 활성화 방안이 제시되어 있다. 다만, 반려동물 연관산업과 직접적인 관련성이 있다고 할 수 있는 반려동물 연관산업 육성에 관한 법률은 현재 국회 입법 발의 중으로 본

격적인 시행을 위해서는 일정 기간이 소요될 것으로 보인다. 또한 현재 시행 중인 우리나라의 동물보호법 및 앞서 언급한 반려동물 연관산업 육성 및 관리에 관한 법률도 반려동물 연관산업의 수출 진흥 근거를 제시하고 있으나, 수출 활성화 관련 구체적인 내용이 미비하여 지속적·일관적인 사업 진행 측면에서 부족한 점이 있는 것으로 판단된다.

이에 비해, 일본은 농림수산물 및 식품의 수출 촉진에 관한 법률(2020년 4월 시행)을 바탕으로 수출 관련 정책의 법적 지원 근거를 확보하고 있다. 이 법을 통해 주력 수출 품목 지정과 품목 주산지의 시설 및 인증확보, 물류 및 인프라 구축, 품목별 산업단체와의 매칭펀드 조성에 따른 수출시설 구축, 물류 인프라 확충, 인증·마케팅 비용 지원이 가능하여 농수산식품의 수출 경쟁력 제고를 유도하고 있다.

따라서 미국의 해외시장개발프로그램과 일본의 농림수산물 및 식품의 수출 촉진에 관한 법률을 참고하여 현재 입법 발의 중인 반려동물 연관산업 관련 육성법의 수출연관 부분을 보완할 필요성이 있다. 특히, 품목별 산업단체의 지정 및 운영 방침, 사업내용, 기금조성 등에 대한 법적 근거를 확보함으로써 수출 활성화 관련 정책을 지속적으로 수행할 수 있을 것으로 판단된다.

5.3. 사업예산 규모 확대 필요

정부는 반려동물 연관산업의 육성 및 발전을 지원하고, 수출 활성화에도 노력하겠다는 의지를 표출하였으나, 관련 예산 및 R&D 규모는 이와 같은 목표 및 계획에 부합하는 수준이라고 볼 수 없는 상황이다.

반려동물 연관산업 관련 사업예산은 2020년 약 218억 원에서 2025년 281억 원으로 연평균 5.5% 증가하였으나, 동물용 의약품 개발 부문을 제외한 반려동물 연관산업 관련 예산은 약 62억 원 수준으로 한정되어 있다. 또한 반려동물 연관산업의 R&D 부문에 대한 요구가 높아지고 있지만, 반려동물 전주기 산업화 기술개발 사업예산은 2022년 약 67억 원에서 2025년 45억 원으로 12.5% 감소한 것으로 나

타났다. 따라서 반려동물 연관산업의 지속가능한 성장을 위한 정부의 정책실행력 향상과 실질적인 성과 도출을 위해서는 반려동물 연관산업 부문에 대한 지속적인 예산 증액 및 R&D 규모 확대 노력이 필요할 것으로 보인다.

제4장

반려동물 연관산업 기업의 수출 현황 및 정책 수요

반려동물 연관산업 기업의 수출 현황 및 정책 수요

1. 반려동물 연관산업 기업 조사 개요

1.1. 본 연구의 조사 분석 체계

본 연구에서는 반려동물 연관산업 기업의 수출 현황 및 정책 수요를 파악하기 위하여 보다 세부적이고 차별화된 설문조사를 실시하고자 하였으며, 이를 위해 정부의 관련 정책과 반려동물 연관산업을 체계적으로 정리하였다.

최근 선행연구(유도일 외, 2023; 이용건 외, 2024)를 참고하여 조사 대상 연관산업 분야를 선정하였다. 이를 통해 본 연구의 조사 대상 연관산업 분야는 ① 펫푸드, ② 펫용품, ③ 펫헬스케어, ④ 펫테크 등으로 선정하였으며, 관련 업체의 생산 및 수출 품목을 고려하여 무형의 재화인 수의 및 보험, 펫서비스(미용, 돌봄 등) 등은 조사 대상에서 제외하였다.

한편, 연관산업 부문 및 수출단계별 구체적이고 차별화된 항목을 통해 보다 의미 있는 조사 결과를 도출함으로써 연관산업 전반에 걸친 공통된 시사점뿐만 아니

라 각 연관산업 분야별 차별화된 시사점을 제시하고자 하였다. 또한 선행연구 대비 최대한 많은 수의 표본을 확보하기 위하여 관련 협회의 회원사를 비롯해 반려동물 연관산업 수출 관련 정부 지원사업을 지원하였거나 선정된 기업을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 이와 함께 수출 경험이 없는 내수 중심의 기업도 조사 대상에 포함함으로써 연관산업 분야별 향후 수출 확대 가능성 및 규모를 전망하고자 하였다.

〈표 4-1〉 조사 대상 반려동물 연관산업 분야

사업명	조사 대상 품목
(1) 펫푸드(Pet Food)	사료(건식, 습식 등), 간식, 의약외품(기능성 식품, 보충제 등)
(2) 펫용품(Pet Product)	관리용품, 생활용품
(3) 펫헬스케어(Pet Health Care)	동물용 의약품, 의료기기
(4) 펫테크(Pet Tech)	디지털 헬스케어, 자동화·스마트기기, 스마트기기 활용 엔터테인먼트 및 안전 기기

자료: 유도일 외(2023); 이용건 외(2024)를 이용하여 연구진 작성.

1.2. 조사 개요

본 연구는 반려동물 연관산업 기업의 수출 현황 및 정책 수요를 파악하기 위하여 전국 반려동물 연관산업 기업 205개소를 대상으로 2025년 9월 1일부터 9월 30일(1개월)에 걸쳐 설문조사를 실시하였다. 조사 방법은 전문 조사 기관을 통한 전화 및 온라인 조사 방법을 이용하였으며, 기업 조사의 난이도를 고려하여 충분한 표본 확보 후 사전 조사를 통해 조사의 정확성 및 타당성을 사전 검증한 이후 본조사를 진행하였다.

주요 조사 내용은 기업 일반 현황, 생산 및 수출 현황, 수출기업 의향 및 애로사항, 미수출기업 의향, 수출 관련 정책 평가 및 수요 부문 등으로 구성하였다.

〈표 4-2〉 반려동물 연관산업 기업 설문조사 주요 내용

구분	조사 내용	조사 대상
(A) 기업 일반 현황	기업 개요, 산업 분야, 매출액 비중 및 전망, 시장 규모 전망, 수출 경험 및 수출 실적, 수출 관련 전담 조직 및 인력 현황 등	공통
(B) 생산 및 수출 현황	주력 산업 분야 관련 생산 및 수출 품목, 주요 수출국 등	공통
(C) 수출기업 의향 및 애로사항	수출 경쟁력, 수출 전망, 수출국 확대 관련(의향, 이유, 국가 등), 애로사항 등	수출기업
(D) 미수출기업 의향	미수출 이유, 향후 수출 관련(의향, 국가, 시기, 시장 정보 등) 등	미수출기업
(E) 수출 관련 정책 평가 및 수요	정부 조직 구성 및 관련 정책 인지도, 수출 관련 지원사업 인지도 및 부문별 만족도, 수출 관련 정책 우선순위 등	공통

자료: 연구진 작성.

2. 반려동물 연관산업 기업 조사 결과

2.1. 일반 현황

조사 대상 반려동물 연관산업 기업의 지역별 분포는 경기지역과 서울지역이 각각 36.6%와 22.9%로 전체의 59.5%의 비율을 차지하는 것으로 나타났다.

〈표 4-3〉 응답자의 지역별 분포

단위: 개소, %

지역	빈도	비율	지역	빈도	비율
서울	47	22.9	충북	6	2.9
부산	8	3.9	충남	17	8.3
대구	5	2.4	전북	6	2.9
인천	9	4.4	전남	6	2.9
광주	2	1.0	경북	7	3.4
대전	5	2.4	경남	4	2.0
울산	-	-	제주	2	1.0
경기	75	36.6	세종	-	-
강원	6	2.9	합계	205	100.0

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

현재 기업들이 생산 중인 제품을 기준으로 해당 사업 분야(펫푸드, 펫용품, 펫헬스케어, 펫테크)를 조사한 결과, 단일 분야를 중심으로 운영 중인 비율은 90.2%이며, 2개 이상(최대 3개)의 분야를 운영 중인 비율은 9.8%로 나타나 대부분의 기업이 단일 분야에 특화된 것으로 파악되었다.

〈표 4-4〉 연관산업 기업의 해당 산업 분야 수

구분	1개		2개		3개		합계	
	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
해당 산업 분야 수	185	90.2	19	9.3	1	0.5	205	100.0

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2024년 매출액을 기준으로 응답 기업의 주력 사업 분야를 조사한 결과, 가장 많은 사업 분야는 펫푸드로 107개소(52.2%)이며, 다음으로 펫헬스케어 53개소(25.9%), 펫용품 40개소(19.5%), 펫테크 5개소(2.4%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-5〉 연관산업 기업의 주력 산업 분야 수

구분	펫푸드		펫용품		펫헬스케어		펫테크		합계	
	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
해당 산업 분야 수	107	52.2	40	19.5	53	25.9	5	2.4	205	100.0

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

전체 응답 기업의 반려동물 관련 평균 사업 운영 기간은 약 13.9년이며, 2024년 평균 매출액은 약 169억 원으로 나타났다. 또한 평균 근무 인력은 약 26.7명이며, 대부분 상시 고용인력인 것으로 파악되었다. 기업의 주력 산업 분야를 기준으로 살펴보면 평균 사업 운영 기간과 연평균 매출액 모두 펫헬스케어 기업이 가장 높은 것으로 나타난 반면, 상대적으로 펫용품과 펫테크 기업은 사업 운영 기간과 매출액 모두 낮은 것으로 나타났다. 그리고 평균 근무 인력은 펫헬스케어 기업이 약 39.6명으로 가장 많고 펫용품 기업이 약 10.7명으로 가장 적은 것으로 나타났다.

〈표 4-6〉 연관산업 기업의 일반 현황

단위: 년, 만 원, 명

구분	펫푸드	펫용품	펫헬스케어	펫테크	전체
평균 사업 운영 기간	11.6	9.1	22.8	9.4	13.9
2024년 연평균 매출액	1,666,482	184,339	3,004,100	172,284	1,686,663
평균 근무 인력	상시 인력	26.0	10.3	38.3	12.8
	임시 인력	1.0	0.3	1.3	0.4
	합계	26.9	10.7	39.6	13.2

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

전체 응답 기업 중 전년(2023년) 대비 2024년 매출액이 증가하였다고 응답한 비율은 35.1%로써 감소하였다고 응답한 비율 24.4%보다 높은 것으로 나타났다. 기업의 주력 산업 분야를 기준으로 살펴보면 펫푸드, 펫용품, 펫테크 기업의 매출액은 증가 응답 비율이 높은 가운데 펫헬스케어 기업은 감소 응답 비율과 증가 응답 비율이 동일한 것으로 나타났다. 또한 전년 대비 매출액이 감소하였다고 응답한 기업(50개소)의 평균 감소 비율은 15.5%이며, 증가하였다고 응답한 기업(72개소)의 평균 증가 비율은 43.7%인 것으로 나타났다.

〈표 4-7〉 연관산업 기업의 전년 대비 매출액 증감 수준

단위: 개소, %

구분	펫푸드		펫용품		펫헬스케어		펫테크		전체	
	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
매우 감소	2	1.9	2	5.0	2	3.8	1	20.0	7	3.4
감소	24	22.4	1	2.5	18	34.0	-	-	43	21.0
비슷한 수준	42	39.3	27	67.5	13	24.5	1	20.0	83	40.5
증가	29	27.1	9	22.5	16	30.2	2	40.0	56	27.3
매우 증가	10	9.3	1	2.5	4	7.5	1	20.0	16	7.8
합계	107	100.0	40	100.0	53	100.0	5	100.0	205	100.0

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

〈표 4-8〉 연관산업 기업의 전년 대비 매출액 증감 평균 비율

단위: %

구분	펫푸드	펫용품	펫헬스케어	펫테크	전체
감소 비율	13.9	38.3	10.0	100.0	15.5
증가 비율	41.3	57.5	20.9	180.0	43.7

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

향후 반려동물 연관산업 분야별 시장 규모에 대한 전망을 조사한 결과, 응답 기업들은 이에 대하여 매우 긍정적인 견해를 보이는 것으로 나타난 가운데 가장 긍정적으로 전망하는 분야는 펫푸드(70.2%)이며, 다음으로 펫헬스케어(68.3%), 펫용품(67.3%), 펫테크(55.1%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-9〉 연관산업 기업의 향후 시장 규모 전망

단위: 개소, %

구분	펫푸드		펫용품		펫헬스케어		펫테크	
	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
매우 감소	-	-	1	0.5	1	0.5	2	1.0
감소	5	2.4	4	2.0	4	2.0	5	2.4
비슷한 수준	56	27.3	62	30.2	60	29.3	85	41.5
증가	131	63.9	125	61.0	115	56.1	98	47.8
매우 증가	13	6.3	13	6.3	25	12.2	15	7.3
합계	205	100.0	205	100.0	205	100.0	205	100.0

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

한편, 현재까지 반려동물 연관산업 제품에 대한 수출 경험 여부를 조사한 결과, 수출 경험이 있다고 응답한 비율은 27.3%에 불과한 것으로 나타나 대부분 내수시장을 중심으로 운영 중인 것으로 파악되었으며, 수출 경험이 있다고 응답한 기업의 평균 수출 기간은 약 7.3년인 것으로 나타났다.

〈표 4-10〉 연관산업 기업의 수출 경험 여부

단위: 개소, %

구분	펫푸드		펫용품		펫헬스케어		펫테크		전체	
	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
경험 있음	27	25.2	15	37.5	11	20.8	3	60.0	56	27.3
경험 없음	80	74.8	25	62.5	42	79.2	2	40.0	149	72.7
합계	107	100.0	40	100.0	53	100.0	5	100.0	205	100.0

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

〈표 4-11〉 연관산업 기업의 평균 수출 기간

단위: 년

구분	펫푸드	펫용품	펫헬스케어	펫테크	전체
평균 수출 기간	6.0	7.0	11.8	3.3	7.3

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2024년 기준 주력 사업 분야의 수출 실적이 있다고 응답한 기업 수는 총 52개소 (25.4%)인 것으로 나타나 본 연구를 통해 수출 현황을 파악할 수 있는 분야별 기업 수는 펫푸드 기업 26개소, 펫용품 기업 14개소, 펫헬스케어 기업 10개소, 펫테크 기업 2개소인 것으로 파악되었다.

〈표 4-12〉 연관산업 기업의 수출 실적 여부(2024년)

단위: 개소, %

구분	펫푸드		펫용품		펫헬스케어		펫테크		전체	
	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
수출 실적 있음	26	24.3	14	35.0	10	18.9	2	40.0	52	25.4
수출 실적 없음	81	75.7	26	65.0	43	81.1	3	60.0	153	74.6
합계	107	100.0	40	100.0	53	100.0	5	100.0	205	100.0

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2024년 기준 52개 수출기업 중 수출 관련 전담 조직 및 인력을 보유하고 있는 비율은 65.4%인 것으로 나타났으나, 별도의 전담 조직 및 인력 보유 없이 수출 업무를 수행한 비율도 34.6%에 달하는 것으로 파악되었다. 또한 수출 전담 조직 및 인

력을 보유하고 있는 34개 기업의 수출 관련 평균 전담 인력 수는 약 3.4명인 것으로 나타났다.

〈표 4-13〉 연관산업 기업의 수출 전담 조직 및 인력 보유 여부

단위: 개소, %

구분	보유		미보유		합계	
	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
수출 전담 조직 및 인력 보유 여부	34	65.4	18	34.6	52	100.0
수출 관련 평균 전담 인력 수	3.4명		-		-	

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2.2. 생산 및 수출 현황

2.2.1. 펫푸드

2024년 기준 조사 대상 펫푸드 기업(107개소)의 생산 제품별 생산기업 수를 살펴보면 건식 사료 생산기업이 79개소(73.8%)로 가장 많고 다음으로 간식 57개소(53.3%), 습식 사료 33개소(30.8%) 등의 순으로 나타났다. 반면, 의약외품을 생산하고 있는 기업은 7개소(6.5%)에 불과하며, 일부 기타 생산 제품으로 반습식 사료와 보조 사료 등을 생산하고 있는 것으로 나타났다.

또한 2024년 수출기업(26개소)의 수출 제품별 수출기업 수를 살펴보면 건식 사료가 20개소(76.9%)로 가장 많고 다음으로 간식 18개소(69.2%), 습식 사료 11개소(42.3%) 등의 순으로 나타났으며, 수출기업의 생산 대비 평균 수출 비중은 건식 사료 34.8%, 간식 31.9%, 습식 사료 22.0% 등으로 나타났다.

〈표 4-14〉 펫푸드 기업 생산 제품의 생산 및 수출 현황(2024년)

구분		생산(n=107)		수출(n=26)			단위: 개소, %
		빈도	비율	빈도	비율	생산 대비 평균 수출 비중	
일반용	건식 사료	79	73.8	20	76.9	34.8	
	습식 사료	33	30.8	11	42.3	22.0	
	간식	57	53.3	18	69.2	31.9	
의약외품	기능성 식품, 보충제 등	7	6.5	1	3.8	90.0	
기타		4	3.7	1	3.8	15.0	

주: 복수응답 결과임.

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2024년 펫푸드 기업의 수출국 수는 1개부터 8개까지 분포된 가운데 평균 수출국 수는 약 2.9개인 것으로 나타났으며, 주요 수출국은 베트남(24.1%), 대만(15.5%), 태국(8.6%), 미국 및 일본(각각 6.9%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-15〉 펫푸드 기업의 수출국 수(2024년)

구분	1개	2개	3개	4개	5개	6개	7개	8개	합계
	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도
빈도	7	6	6	2	2	1	1	1	26
비율	26.9	23.1	23.1	7.7	7.7	3.8	3.8	3.8	100.0

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

〈표 4-16〉 펫푸드 기업의 주요 수출국 현황(2024년)

국가		빈도	비율	국가		빈도	비율	단위: 개소, %
베트남		14	24.1	호주		1	1.7	
대만		9	15.5	멕시코		1	1.7	
태국		5	8.6	사우디아라비아		1	1.7	
미국		4	6.9	스페인		1	1.7	
일본		4	6.9	인도네시아		1	1.7	
중국		3	5.2	필리핀		1	1.7	
홍콩		2	3.4	말레이시아		1	1.7	
에콰도르		2	3.4	싱가포르		1	1.7	

(계속)

국가	빈도	비율	국가	빈도	비율
캐나다	2	3.4	페루	1	1.7
과테말라	1	1.7	합계	58	100.0
미얀마	1	1.7			

주: 상위 3개 수출국의 복수응답 결과에 대한 평균 수치임.

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2.2.2. 펫용품

2024년 기준 조사 대상 펫용품 기업(40개소)은 매우 다양한 반려동물 관리용품 및 생활용품을 생산하고 있는 것으로 나타났다. 생산 제품별 생산기업 수를 살펴 보면 펫 의류/액세서리를 생산하고 있는 기업이 13개소(32.5%)로 가장 많고 다음으로 목줄/입마개/가슴줄 7개소(17.5%), 펫 침대/매트 및 펫 장난감이 각각 6개소(15.0%) 등의 순으로 나타났다.

2024년 수출기업(14개소)의 수출 제품별 수출기업 수 역시 펫 의류/액세서리가 4개소(28.6%)로 가장 높은 가운데 다음으로 목줄/입마개/가슴줄과 펫 장난감이 각각 3개소(21.4%)인 것으로 나타났으며, 수출기업의 생산 대비 평균 수출 비중은 캣타워/캣휠/스크래처/터널과 펫 유모차가 각각 50.0%로 높게 나타났다.

〈표 4-17〉 펫용품 기업 생산 제품의 생산 및 수출 현황(2024년)

단위: 개소, %

구분	생산(n=40)		수출(n=14)			
	빈도	비율	빈도	비율	생산 대비 평균 수출 비중	
관리 용품	고양이 모래	3	7.5	-	-	-
	펫 화장실 시트(배변 매트)	4	10.0	-	-	-
	펫 기저귀	1	2.5	-	-	-
	펫 배변 봉투	2	5.0	1	7.1	10.0
	훈련 용품(배변/소변 훈련 유도제 등)	2	5.0	-	-	-
	방향제/탈취제	4	10.0	-	-	-
	살충제/방충제	1	2.5	-	-	-

(계속)

구분	생산(n=40)		수출(n=14)			
	빈도	비율	빈도	비율	생산 대비 평균 수출 비중	
생활 용품	펫 삼푸/린스류	5	12.5	1	7.1	25.0
	펫 귀청소(면봉, 세정제, 물티슈 등)	2	5.0	1	7.1	20.0
	펫 브러쉬/빗	2	5.0	1	7.1	5.0
	펫 이발기(가정용)	4	10.0	-	-	-
	펫 덴탈케어 용품(치약, 칫솔 등)	4	10.0	2	14.3	30.0
	드라이룸(펫 전용 드라이기)	4	10.0	2	14.3	45.0
	펫 하우스(케이지)	3	7.5	1	7.1	40.0
	펫 침대/매트	6	15.0	2	14.3	45.0
	펫 식기/그릇	4	10.0	1	7.1	5.0
	펫 급식기/급수기(정수기)	1	2.5	-	-	-
	펫 의류/액세서리	13	32.5	4	28.6	45.0
	목줄/입마개/가슴줄	7	17.5	3	21.4	30.0
	펫 장난감	6	15.0	3	21.4	36.7
	캣타워/캣휠/스크래처/터널	2	5.0	1	7.1	50.0
	펫 이동장(캐리어)	3	7.5	2	14.3	45.0
	펫 유모차	4	10.0	2	14.3	50.0
	펫 카시트	1	2.5	-	-	-
	펫 울타리/안전문	1	2.5	-	-	-
	펫 CCTV 디바이스	1	2.5	-	-	-
	기타	9	22.5	-	-	-

주: 복수응답 결과임.

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2024년 펫용품의 수출국 수는 1개부터 11개까지 분포된 가운데 평균 수출국 수는 약 3.8개인 것으로 나타난 가운데 주요 수출국은 일본(21.6%), 미국(18.9%), 홍콩(13.5%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-18〉 펫용품 기업의 수출국 수(2024년)

단위: 개소, %

구분	1개	2개	3개	4개	6개	11개	합계
빈도	1	3	5	2	2	1	14
비율	7.1	21.4	35.7	14.3	14.3	7.1	100.0

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

〈표 4-19〉 펫용품 기업의 주요 수출국 현황(2024년)

단위: 개소, %

국가	빈도	비율	국가	빈도	비율
일본	8	21.6	태국	3	8.1
미국	7	18.9	프랑스	2	5.4
홍콩	5	13.5	중국	2	5.4
대만	3	8.1	러시아	1	2.7
싱가포르	3	8.1	합계	37	100.0
영국	3	8.1			

주: 상위 3개 수출국의 복수응답 결과에 대한 평균 수치임.

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2.2.3. 펫헬스케어

2024년 기준 조사 대상 펫헬스케어 기업(53개소)의 생산 제품별 생산기업 수를 살펴보면 동물용 의약품 생산기업은 42개소(32.5%)이며, 동물용 의료기기 생산기업은 8개소(15.1%)인 것으로 나타났다. 또한 기타 생산 제품은 반려동물 소변 검사기와 반려동물 유산균인 것으로 나타났다.

2024년 수출기업(10개소) 중 동물용 의약품과 동물용 의료기기 수출기업은 각각 3개소(26.7%)와 5개소(67.0%)인 것으로 나타났으며, 동물용 의약품과 동물용 의료기기 수출기업의 생산 대비 평균 수출 비중은 각각 26.7%와 67.0%인 것으로 나타났다.

〈표 4-20〉 펫헬스케어 기업 생산 제품의 생산 및 수출 현황(2024년)

단위: 개소, %

구분	생산(n=53)		수출(n=10)			
	빈도	비율	빈도	비율	생산 대비 평균 수출 비중	
동물용 의약품 및 의료기기	동물용 의약품	42	79.2	3	30.0	26.7
	동물용 의료기기	8	15.1	5	50.0	67.0
기타	2	3.8	2	20.0	45.0	

주: 복수응답 결과임.

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2024년 펫헬스케어 기업의 수출국 수는 1개부터 4개까지 분포된 가운데 평균 수출국 수는 약 2.2개인 것으로 나타난 가운데 주요 수출국은 일본(21.6%), 미국(18.9%), 홍콩(13.5%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-21〉 펫헬스케어 기업의 수출국 수(2024년)

구분	1개	2개	3개	4개	합계
빈도	3	3	3	1	10
비율	30.0	30.0	30.0	10.0	100.0

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

〈표 4-22〉 펫헬스케어 기업의 주요 수출국 현황(2024년)

국가	빈도	비율	국가	빈도	비율
미국	5	23.8	브라질	1	4.8
중국	3	14.3	대만	1	4.8
베트남	2	9.5	과테말라	1	4.8
방글라데시	2	9.5	러시아	1	4.8
스위스	1	4.8	태국	1	4.8
캐나다	1	4.8	카자흐스탄	1	4.8
파키스탄	1	4.8	합계	21	100.0

주: 상위 3개 수출국의 복수응답 결과에 대한 평균 수치임.

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2.2.4. 펫테크

2024년 기준 조사 대상 펫테크 기업(5개소)이 생산 중인 제품은 주로 반려동물 관련 스마트기기(스마트 장난감/반려동물 TV, 모니터링 기기, AI 기반 생체인식 시스템 등)인 것으로 나타났다.

2024년 수출기업(2개소)은 모니터링 기기 생산기업 1개소와 반려견 비문을 활용한 생체인식 기반 시스템 생산기업 1개소인 것으로 나타났으며, 생산 대비 수출 비중은 각각 10.0%와 50.0%인 것으로 파악되었다. 또한 2024년 펫테크 기업의 수

출 지역은 모니터링 생산기업의 경우 유럽, 북미, 아시아로 나타났으며, AI 기반 생체인식 시스템 생산기업은 호주인 것으로 파악되었다.

〈표 4-23〉 팻테크 기업 생산 제품의 생산 및 수출 현황(2024년)

구분		생산(n=5)		수출(n=2)			단위: 개소, %
		빈도	비율	빈도	비율	생산 대비 평균 수출 비중	
스마트기기	스마트 장난감, 반려동물 TV 등	1	20.0	-	-	-	
	모니터링 기기	1	20.0	1	50.0	10.0	
	AI 기반 생체인식 시스템	2	40.0	1	50.0	50.0	
기타		1	20.0	-	-	-	

주: 복수응답 결과임.

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2.3. 수출기업 의향 및 애로사항

현재까지 수출 경험이 있다고 응답한 기업(56개소)을 대상으로 주력 생산 제품에 대한 부문별 전반적인 수출 경쟁력을 조사한 결과, 모든 부문에서 ‘보통’ 이상의 경쟁력을 지닌 것으로 평가되었다. 이 중 가장 높게 평가하는 부문은 ‘품질 경쟁력(3.75점)’이며, 다음으로 ‘브랜드 경쟁력(3.43점)’, ‘마케팅 경쟁력(3.27점)’, ‘가격 경쟁력(3.20점)’ 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-24〉 수출기업의 주력 생산 제품에 대한 전반적인 수출 경쟁력 평가

구분	단위: %, 점						
	매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음	합계	평균
가격 경쟁력	5.4	16.1	33.9	42.9	1.8	100.0	3.20
품질 경쟁력	-	5.4	28.6	51.8	14.3	100.0	3.75
브랜드 경쟁력	-	14.3	41.1	32.1	12.5	100.0	3.43
마케팅 경쟁력	1.8	12.5	44.6	39.3	1.8	100.0	3.27

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

한편, 주력 생산 제품에 대한 최대 수출국 내 부문별 수출 경쟁력을 조사한 결과, 실제 수출국 내에서도 모든 부문에서 ‘보통’ 이상의 경쟁력을 지닌 것으로 평가되었다. 이 중 가장 높게 평가하는 부문은 ‘품질 경쟁력(3.84점)’이며, 다음으로 ‘브랜드 경쟁력(3.36점)’, ‘가격 경쟁력(3.30점)’, ‘마케팅 경쟁력(3.16점)’ 등의 순으로 나타났다. 이를 수출 제품에 대한 전반적인 경쟁력 평가와 비교하여 살펴보면 ‘가격 경쟁력’과 ‘품질 경쟁력’ 수준은 증가한 반면, ‘브랜드 경쟁력’과 ‘마케팅 경쟁력’ 수준은 다소 낮아졌음을 알 수 있다.

〈표 4-25〉 수출기업의 주력 생산 제품에 대한 최대 수출국 내 수출 경쟁력 평가

단위: %, 점

구분	매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음	합계	평균
가격 경쟁력	5.4	12.5	32.1	46.4	3.6	100.0	3.30
품질 경쟁력	-	3.6	25.0	55.4	16.1	100.0	3.84
브랜드 경쟁력	-	12.5	48.2	30.4	8.9	100.0	3.36
마케팅 경쟁력	1.8	14.3	51.8	30.4	1.8	100.0	3.16

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

수출기업들은 주력 사업 분야에 대한 향후(3년 이내) 전반적인 수출 전망 및 최대 수출국 내 수출 전망에 대하여 모두 긍정적인 견해를 보이는 것으로 나타났으며, 수출기업 중 향후 신규 수출 대상국을 확대할 의향 또는 계획이 있다고 응답한 기업은 43개소(76.8%)로 높게 나타났다.

〈표 4-26〉 수출기업의 향후 수출 전망

단위: 점, %

구분	5점 평균	긍정적(긍정적+매우 긍정적)
전반적인 수출 전망	3.68	64.3
최대 수출국 내 수출 전망	3.82	75.0

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

〈표 4-27〉 향후 신규 수출 대상국의 확대 또는 계획 여부

구분	5점 평균	단위: 점, %
		있음(있음+매우 있음)
신규 수출 대상국 확대 또는 계획 여부	3.93	76.8

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

수출국을 확대하려는 이유는 ‘기존 제품에 대한 사업 확대(51.2%)’가 가장 높은 것으로 나타났으며, 향후 확대할 의향 또는 계획이 있는 국가는 다양하게 나타난 가운데 미국(12.9%), 베트남 및 태국(각각 9.7%), 대만 및 중국(각각 7.5%) 등 의 순으로 나타났다. 그러나 향후 확대 의향이 있는 수출국의 시장 정보에 대해서는 응답 기업의 34.9%만이 충분하다고 응답한 것으로 파악되었다.

〈표 4-28〉 향후 신규 수출 대상국의 확대 이유

구분	빈도	단위: 개소, %
		비율
국내시장의 포화	4	9.3
기존 수출국시장의 포화	3	7.0
신규 제품에 대한 사업 확대	6	14.0
기존 제품에 대한 사업 확대	22	51.2
신규시장의 전략적 선점	7	16.3
비용 절감(입지, 인건비 등)	-	-
기타	1	2.3
합계	43	100.0

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

〈표 4-29〉 향후 신규 수출 대상국 확대 의향 국가

국가	빈도	비율	국가	빈도	비율
미국	12	12.9	캐나다	2	2.2
베트남	9	9.7	프랑스	2	2.2
태국	9	9.7	멕시코	2	2.2
대만	7	7.5	이탈리아	2	2.2
중국	7	7.5	스웨덴	1	1.1
말레이시아	6	6.5	아랍에미리트	1	1.1
일본	6	6.5	인도네시아	1	1.1

(계속)

국가	빈도	비율	국가	빈도	비율
홍콩	5	5.4	사우디아라비아	1	1.1
독일	4	4.3	스위스	1	1.1
싱가포르	4	4.3	우즈베키스탄	1	1.1
영국	4	4.3	필리핀	1	1.1
호주	3	3.2	합계	93	100.0
러시아	2	2.2			

주: 상위 3개 수출국의 복수응답 결과에 대한 평균 수치임.

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

〈표 4-30〉 향후 신규 수출 대상국에 대한 시장 정보 수준

구분	5점 평균	단위: 점, %
향후 신규 수출 대상국에 대한 시장 정보 수준	3.21	34.9

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

한편, 수출 경험 보유 기업(56개소)들을 대상으로 과거 또는 현재 기업이 직면하고 있는 수출 관련 애로사항을 조사한 결과 ‘수출국의 규제 및 인증 문제(30.4%)’가 가장 높은 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘물류 및 유통 문제(14.9%)’, ‘현지 바이어 확보의 어려움(12.5%)’, ‘현지 마케팅 수립의 어려움(9.5%)’ 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-31〉 수출기업의 수출 관련 애로사항

구분	비율	구분	비율	단위: %
수출국의 규제 및 인증 문제	30.4	수출 관련 서류 작성의 어려움	0.6	
물류 및 유통 문제	14.9	수출 관련 전문인력 부족	1.2	
통관 관련 문제	8.3	현지 마케팅 수립의 어려움	9.5	
가격 및 품질 경쟁력 저하	4.8	수출 제품에 대한 R&D 여건 미흡	1.2	
브랜드 인지도 저하	1.8	언어 및 문화적 차이	4.2	
수출국시장 및 법률 정보 부족	6.5	기타	4.2	
현지 바이어 확보의 어려움	12.5	합계	100.0	

주: 복수응답으로 가중치를 적용한 수치임(1순위 2점/2순위 1점).

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2.4. 미수출기업 의향

현재까지 수출 경험이 없는 기업(149개소)을 대상으로 수출 판매를 하지 않은 이유를 조사한 결과, ‘내수 판매만으로도 충분하기 때문(34.9%)’이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘수출시장을 고려할만한 사업 규모가 아니기 때문(17.9%)’, ‘수출시장에서의 가격 및 품질 경쟁력이 낮기 때문(14.1%)’, ‘수출 절차가 까다롭고 복잡하기 때문(9.2%)’ 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-32〉 미수출기업의 미수출 이유

단위: %			
구분	비율	구분	비율
해당 분야의 신생기업이기 때문	7.2	수출국의 규제 수준이 높기 때문	7.2
내수 판매만으로도 충분하기 때문	34.9	수출 전담 조직 및 인력이 없이 때문	2.5
수출을 고려할만한 사업 규모가 아니기 때문	17.9	수출 관련 정부 지원사업이 부족하기 때문	1.3
수출시장에서의 가격 및 품질 경쟁력이 낮기 때문	14.1	기타	0.2
수출 절차가 까다롭고 복잡하기 때문	9.2	합계	100.0
수출시장 관련 정보가 부족하기 때문	5.6		

주: 복수응답으로 가중치를 적용한 수치임(1순위 2점/2순위 1점).

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

미수출기업 중 향후 수출 판매를 실시할 의향 또는 계획이 있다고 응답한 기업은 17개소(11.4%)에 불과한 것으로 나타났으며, 수출 의향 및 계획이 있는 기업들의 주요 수출 대상 국가로는 미국과 일본(각각 22.9%)이 가장 많고 다음으로 베트남(11.4%), 중국·대만·태국(각각 8.6%) 등의 순으로 나타났다. 또한 이들의 향후 수출 가능 시기는 현재로부터 1~5년 후까지 나타난 가운데 평균 1.7년 이후인 것으로 조사되었다. 그러나 향후 수출 판매 의향 국가에 대한 시장 정보 수준이 충분하다고 응답한 비율은 23.5%로 매우 낮게 나타났다.

〈표 4-33〉 향후 수출 판매 의향 또는 계획 여부

구분	5점 평균	단위: 점, %
		있음(있음+매우 있음)
향후 수출 판매 의향 또는 계획 여부	2.83	11.4

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

〈표 4-34〉 향후 수출 판매 의향 국가

국가	빈도	비율	국가	빈도	단위: 개소, %
					비율
미국	8	22.9	프랑스	1	2.9
일본	8	22.9	홍콩	1	2.9
베트남	4	11.4	독일	1	2.9
중국	3	8.6	캐나다	1	2.9
대만	3	8.6	호주	1	2.9
태국	3	8.6	합계	35	100.0
싱가포르	1	2.9			

주: 상위 3개 수출국의 복수응답 결과에 대한 평균 수치임.

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

〈표 4-35〉 향후 수출 판매 의향 국가에 대한 시장 정보 수준

구분	5점 평균	단위: 점, %
		충분(충분+매우 충분)
향후 수출 판매 의향 국가 대한 시장 정보 수준	2.76	23.5

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2.5. 수출 관련 정책 평가 및 수요

2.5.1. 수출 관련 정책 평가

전체 응답 기업을 대상으로 반려동물 연관산업 수출 관련 정책을 추진하고 있는 농림축산식품부의 조직 구성 및 관련 정책에 대한 인지 수준을 조사한 결과, 이를 인지하고 있다고 응답한 비율은 29.3%에 불과한 것으로 나타났다. 그러나 관

련 사항을 인지하고 있는 기업을 대상으로 조직 구성 및 관련 정책에 대한 만족도를 조사한 결과 만족한다는 응답 비율은 73.3%로 매우 높게 나타났다.

〈표 4-36〉 정부의 반려동물 연관산업 수출 관련 조직 구성 및 정책 인지도

단위: 점, %

구분	5점 평균	알고 있음(알고 있음+매우 잘 알고 있음)
정부 조직 구성 및 정책 인지도	3.0	29.3

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

〈표 4-37〉 정부의 반려동물 연관산업 수출 관련 조직 구성 및 정책 만족도

단위: 점, %

구분	5점 평균	만족(만족+매우 만족)
정부 조직 구성 및 정책 만족도	3.72	73.3

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

한편, 정부의 주요 수출 관련 7개 지원사업에 대한 인지 수준을 조사한 결과, 모든 지원에 대한 인지 수준은 약 50% 내외 수준인 것으로 나타난 가운데 박람회 관련 지원사업에 대한 인지 수준이 가장 높은 것으로 파악되었다. 지원사업에 따라 살펴보면 어느 정도 이상 알고 있다고 응답한 비율은 ‘박람회 등 참가 지원사업(62.0%)’이 가장 높았으며, 다음으로 ‘K-Pet 수출 박람회 지원사업(61.0%)’, ‘온라인플랫폼 활용 지원사업(57.1%)’, ‘전문인력 양성 지원사업(55.1%)’, ‘해외인증 등 현지화 지원사업(53.7%)’, ‘정보조사 지원사업(49.3%)’, ‘상품·연구개발 지원사업(48.8%)’ 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-38〉 정부의 반려동물 연관산업 수출 지원 사업에 대한 인지 수준

단위: %

구분	전혀 모름	들어본 적만 있음	어느 정도 알고 있음	매우 잘 알고 있음	합계
(1) 정보조사 지원사업	14.6	36.1	41.5	7.8	100.0
(2) K-Pet 수출 박람회 지원사업	6.8	32.2	50.7	10.2	100.0
(3) 상품 연구·개발 지원사업	17.1	34.1	40.0	8.8	100.0

(계속)

구분	전혀 모름	들어본 적만 있음	어느 정도 알고 있음	매우 잘 알고 있음	합계
(4) 박람회 등 참가 지원사업	6.3	31.7	48.8	13.2	100.0
(5) 해외인증 등 현지화 지원사업	14.6	31.7	42.9	10.7	100.0
(6) 전문인력 양성 지원사업	18.0	26.8	42.4	12.7	100.0
(7) 온라인플랫폼 활용 지원사업	15.6	27.3	43.9	13.2	100.0

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

수출 경험이 있는 기업(56개소)을 대상으로 정부의 수출 관련 지원사업에 대한 지원 및 수혜 경험 여부를 조사한 결과, 기업들의 지원 경험 비율이 상대적으로 높은 지원사업은 ‘박람회 등 참가 지원사업(53.6%)’과 ‘K-Pet 수출 박람회 지원사업(48.2%)’으로 나타나 지원사업에 대한 인지 수준과 일정 부분 비례한다고 볼 수 있다. 또한 지원사업에 대한 지원 경험이 있는 기업 중 직접적인 수혜 경험이 있는 비율은 모든 사업에 걸쳐 약 60% 이상인 것으로 나타났다.

〈표 4-39〉 정부의 반려동물 연관산업 수출 지원 사업에 대한 지원 및 수혜 경험 여부

단위: 개소(%)

구분	지원 경험 여부			수혜 경험 여부		
	있음	없음	합계	있음	없음	합계
(1) 정보조사 지원사업	12 (21.4)	44 (78.6)	56 (100.0)	9 (75.0)	3 (25.0)	12 (100.0)
(2) K-Pet 수출 박람회 지원사업	27 (48.2)	29 (51.8)	56 (100.0)	21 (77.8)	6 (22.2)	27 (100.0)
(3) 상품 연구·개발 지원사업	7 (12.5)	49 (87.5)	56 (100.0)	6 (85.7)	1 (14.3)	7 (100.0)
(4) 박람회 등 참가 지원사업	30 (53.6)	26 (46.4)	56 (100.0)	18 (60.0)	12 (40.0)	30 (100.0)
(5) 해외인증 등 현지화 지원사업	12 (21.4)	44 (78.6)	56 (100.0)	8 (66.7)	4 (33.3)	12 (100.0)
(6) 전문인력 양성 지원사업	7 (12.5)	49 (87.5)	56 (100.0)	7 (100.0)	-	7 (100.0)
(7) 온라인플랫폼 활용 지원사업	7 (12.5)	49 (87.5)	56 (100.0)	6 (85.7)	1 (14.3)	7 (100.0)

주: 수혜 경험 여부에 대한 기업 수 및 비율은 각 지원사업별 지원 경험이 있는 기업에 대한 수치임.

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

수출 지원사업 수혜 경험이 있는 기업(31개소)을 대상으로 수출 지원사업에 대한 부문별 만족도를 조사한 결과, 모든 부문에서 ‘보통’ 이상의 만족도를 보이는 것으로 나타났다. 특히 ‘수출 사업에 대한 실질적 도움(3.87점)’이 가장 높은 만족도를 보이는 것으로 나타나 지원사업의 중요성을 확인할 수 있으며, ‘지원사업 규모(3.55점)’에 대한 만족도는 상대적으로 낮게 나타났다.

〈표 4-40〉 정부의 반려동물 연관산업 수출 지원사업에 대한 만족도

구분	5점 평균	만족(만족+매우 만족) 단위: 점, %
(1) 지원사업 시기	3.74	74.2
(2) 지원사업 내용	3.74	80.6
(3) 지원사업 규모	3.55	71.0
(4) 수출 사업에 대한 실질적 도움	3.87	80.6

자료: 반려동물 연관산업 기업 설문조사 결과.

2.5.2. 수출 관련 정책 수요

반려동물 연관산업 기업을 대상으로 다음과 같은 주요 전략별 수출 관련 정책을 제시한 후 이에 대한 중요도와 시급성을 각각 4점(보통)을 기준으로 7점 척도로 조사하였다.

〈표 4-41〉 반려동물 연관산업 수출 관련 주요 정책

전략	정책	주요 내용
해외시장 개척	(1) K-Pet 수출 박람회 지원	- 연관산업 관련 통합 한국관을 해외 전시회에 마련하여 수출 활성화를 지원
	(2) 국제시장별 출조사단 구성	- 해외에서 정부·기업이 함께 수출 관련 상담회 개최
	(3) 국제 상품 홍보지 제작	- 기업상품 홍보 책자 제작을 지원하여 국제 전시회 및 해외 무역 관련 기관 배포
	(4) 박람회 등 지원사업	- 기업의 박람회 참가비용을 지원
무역 정보 제공	(5) 정보조사 지원	- 해외정보 수집·분석을 통해 기업의 수출 전략 수립에 기여
	(6) 무역 정보시스템 구축·관리	- 무역 정보 관련 자료 구축 및 인터넷 거래용 시스템 구축 및 운영 지원
	(7) 전문인력 양성	- 해외 법률·인증, 계약 등 해외시장 진출 시 필요한 교육 프로그램 지원

(계속)

전략	정책	주요 내용
수출 인프라 구축	(8) 수출 물류비 지원	- 물류비(선별비, 포장비, 운송비 등)에 대한 지원
	(9) 상품연구개발 지원	- 해외 수출용 맞춤형 상품개발을 위한 연구개발 지원
	(10) 해외인증 등 현지화 지원	- 해외 진출 시 필요한 인증 및 특허 상표권 등록 지원
	(11) 온라인플랫폼 활용지원	- 온라인플랫폼 내 공동입점 및 공동 마케팅 지원
수출 금융 지원	(12) 무역 금융 지원	- 상품 수출에 필요한 자금을 저리로 융자
	(13) 수출신용보증 지원	- 무역 금융 이용이 어려운 기업을 대상으로 연대보증 지원
	(14) 수출 보험 지원	- 환율 및 가격변동 등 수출 여건을 고려한 수출 보험 가입비 지원

자료: 연구진 작성.

조사 결과, 모든 정책에 대한 중요도와 시급성 모두 ‘보통’ 이상인 것으로 도출되어 대부분의 정책에 대한 수요가 높다고 할 수 있으며, 중요도와 시급성에 대한 전반적인 순위가 유사한 흐름을 보이고 있는 것으로 파악되었다.

이 중 중요도가 가장 높은 정책은 ‘(1) K-Pet 수출 박람회 지원(5.863점)’이며, 다음으로 ‘(4) 박람회 등 지원사업(5.780점)’, ‘(8) 수출 물류비 지원(5.741점)’, ‘(10) 해외인증 등 현지화 지원(5.732점)’, ‘(11) 온라인플랫폼 활용지원(5.722점)’ 등의 순으로 나타났다. 또한 시급성이 가장 높은 정책 역시 ‘(1) K-Pet 수출 박람회 지원(5.947점)’으로 나타났으며, 다음으로 ‘(8) 수출 물류비 지원(5.810점)’, ‘(11) 온라인플랫폼 활용지원(5.737점)’, ‘(10) 해외인증 등 현지화 지원(5.717점)’, ‘(4) 박람회 등 지원사업(5.707점)’ 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-42〉 반려동물 연관산업 수출 관련 주요 정책에 대한 정책 수요 분석 결과

전략	정책	중요도	시급성	단위: 점
해외시장 개척	(1) K-Pet 수출 박람회 지원	5.863	5.947	
	(2) 국제시장발굴조사단 구성	5.122	5.078	
	(3) 국제 상품 홍보지 제작	5.161	5.180	
	(4) 박람회 등 지원사업	5.780	5.707	
무역 정보 제공	(5) 정보조사 지원	5.517	5.561	
	(6) 무역 정보시스템 구축·관리	5.215	5.244	
	(7) 전문인력 양성	5.517	5.493	

(계속)

전략	정책	중요도	시급성
수출 인프라 구축	(8) 수출 물류비 지원	5.741	5.810
	(9) 상품연구개발 지원	5.620	5.620
	(10) 해외인증 등 현지화 지원	5.732	5.717
	(11) 온라인플랫폼 활용지원	5.722	5.737
수출 금융 지원	(12) 무역 금융 지원	5.580	5.678
	(13) 수출신용보증 지원	5.332	5.390
	(14) 수출 보험 지원	5.259	5.332

자료: 연구진 작성.

3. 반려동물 연관산업 수출기업 사례 조사

3.1. 팻푸드 기업

3.1.1. A기업

가. 기업 개요

국내 사료 시장은 기술력 및 품질관리에서 글로벌 선도기업과 격차가 존재한다. 고급 사료는 고정 소비층이 존재하며, 품질관리, 원료 추적 시스템(SQA) 등에서 국산 사료 대비 우위에 있다고 볼 수 있다. 반면, 국내 사료 기업들은 품질 통제 시스템 부족, R&D 역량 미흡 등으로 인해 프리미엄 시장 진입에 어려움을 겪고 있으며, 국내시장은 빠른 트렌드 변화와 함께 프리미엄 제품에 대한 선호가 강한 측면이 존재한다. A기업은 프랑스 본사 중심의 형태와 R&D 구조를 지니고 있으며, 이에 따라 국내에서의 즉각적인 제품개발과 시장 대응이 지연되는 측면이 있다. 또한 A기업의 공장은 아시아·태평양 수출 허브로서 생산량의 약 80% 이상이 수출되고 있으며, 생산량 증대를 위한 대규모 증설(2,500억 규모) 진행 중이다. 이 와 함께 향후 20개국 이상 수출 확대할 계획을 지니고 있다.

나. 개선사항

사료 원료 수입 시, 「가축전염병예방법」과 「사료관리법」의 중복 적용으로 절차가 복잡하고 과도한 기준이 적용되고 있다. 예를 들어 계란 분말(전란분)의 경우 검역 기준(60도·188초)은 충족되나, 사료관리법 기준(121도·15분)은 검역기준 이상 고온 멸균을 요구해 수입 불가 사례가 다수 존재하고 있다. 또한 사료관리법은 사료 원료와 최종 제품 간 구분이 없어 제조용 원료에도 완제품 수준의 규제를 동일하게 적용하고 있다. 뿐만 아니라 팽화 사료 제조용 원료조차 완제품 수준의 고온 열처리를 요구하고 있어 산업적 비효율을 초래하는 측면이 존재한다.

현재 국내에 등록되지 않은 원료 사용은 불가능하기에 글로벌 규정에 포함된 원료 사용이 어려워지고 있다. 또한 등록 절차는 서류 및 자료 제출이 과도하고 비용 부담 크기 때문에 중소기업에게는 진입장벽으로 작용하는 측면이 존재한다.

이와 함께 국가별 상이한 검역 조건과 인허가 체계에 따른 어려움이 존재하고 있다. 국가별 등록, 검역증 발급, 열처리 기준 상이 등은 업체에 매우 큰 부담으로 작용하며, 원료 수입이 필요한 수출기업이기에 국내에서는 수입 의존이라는 장벽이 발생할 가능성성이 존재한다.

다. 소결

원료 수입 단계에서 가축전염병예방법과 사료관리법의 중복 규제 문제가 존재하며, 미등록 사료 원료 등록 시 과도한 행정 절차, 국가별 상이한 검역 조건 및 인허가 체계로 인해 수출 확대에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다.

따라서 사료관리법 내 사료 원료에 대한 예외 규정 및 용도별 기준 차등화, 미국·EU 등에서 등록된 원료에 대해 간소화된 등록 프로세스 도입, 사료협회·농림축산식품부 등 관련 기관의 협의를 통한 법령 개선 추진 등의 지원방안이 필요할 것으로 보인다. 이와 함께 정부 차원의 검역 조건 완화 협상 구축, 수출협의회 기능 강화, 표준화된 인허가 자료 제공, 수출 자문, 인증 절차 간소화 사업 운영 등 실무 중심의 지원이 필요할 것으로 판단된다.

3.1.2. B기업

가. 기업 개요

B기업의 모회사는 원료부터 생산, 가공, 유통까지 일원화된 시스템을 갖춘 대표적인 국내 식품 기업이다. B기업은 모회사의 통합 시스템을 기반으로 설립된 반려동물 전용 식품 브랜드로 사람도 먹을 수 있는 휴먼그레이드 기준을 철저하게 준수하고 있다.

‘사람이 먹을 수 없는 것은 반려동물에게도 줄 수 없다’는 원칙하에 모든 공정에서 위생관리와 품질관리를 하고 있다. B기업의 생산품은 사료가 아닌 ‘반려동물용 식품’으로 포지셔닝하였으며, HACCP 및 식품안전관리시스템 인증을 도입해 신뢰도를 높이고 있다. 이를 통해 국내 프리미엄 시장 선도를 목표로 하고 있으며, 제품 성분, 영양, 기능에 대한 소비자 맞춤형 제품 설명을 점차 강화하고 있다. 또한, 향후 수출 확대에도 큰 관심이 있는 것으로 파악되었다.

나. 개선사항

B기업은 적극적으로 수출을 추진하고 있으나, 국가별로 상이한 인허가 요건, 검역 규정, 라벨링 기준 등 애로사항이 다분한 것으로 나타났다. 특히, 동남아 일부 국가는 사료 성분 내 육류 포함 비율, 열처리 조건, 유통기한 설정 등에 대한 자국 기준을 강하게 적용하고 있어 국내 반려동물 관련 수출기업들의 어려움이 많은 것으로 파악되었다. 또한 중소기업 경우 인력 부족, 수출 관련 협의 준비 미흡 등 행정적 문제도 존재하는 것으로 파악되었다.

선진국 대비 국내 반려동물 사료 산업은 원료 조달, 품질관리, 제품 다양성, R&D 역량 등 전반적인 측면에서 경쟁력이 낮은 것으로 파악되었다. 특히, 대부분 중소기업의 경우 고품질 원료 확보, 실험 및 규정 준수 등에 대한 어려움으로 프리미엄 시장 진입이 제한된다. 또한 사료 원료와 가공품 간 구분 없이 일괄적으로 적용되는 사료관리법 등 관련 규제는 현실을 반영하지 못하는 측면이 있다. 특히, 식

용 기준보다 엄격한 열처리 조건으로 인해 원료 수입이 어려워 글로벌 규정을 적용할 때 장애요인으로 작용하는 것으로 파악되었다.

다. 소결

해외 진출 시 국가별 인허가 요건, 검역, 라벨링 규정 등이 상이해 실무적인 애로사항이 큰 것으로 나타났다. 또한 일부 동남아 국가에서는 육류 포함 비율, 유통기한, 열처리 조건 등 자체 기준을 고수하고 있어 이에 대한 자료 작성, 대응 인력 부족 등으로 인해 수출에 어려움을 겪고 있는 것으로 파악되었다.

따라서 국가 간 검역 협정 확대 및 수의 위생 조건 통일을 위한 정부 차원의 협상, K-펫푸드 공동브랜드 구축 및 수출협의회 중심의 정보 공유 플랫폼 운영으로 기업 간 시너지 창출, 정부 기관과 연계한 수출 절차 자문, 라벨링 번역, 인증 취득 등 맞춤형 수출 지원 강화 등의 지원방안이 요구된다고 할 수 있다. 또한 원료와 제품에 대한 구분 기준 신설, 용도별 탄력적 규제 적용, 글로벌 펫푸드 기준 연계, 해외 승인 원료의 등록 간소화, 국내 R&D 지원 및 품질관리 인프라 강화를 통한 산업 전반의 기술 기반 향상 등이 필요할 것으로 판단된다.

3.2. 펫용품 및 펫테크 기업

3.2.1. C기업(펫용품)

가. 기업 개요

C기업의 연간 매출액은 약 130억 원으로 파악되며 수출액은 매출액 중 15~20%를 차지하고 있다. C기업은 향후 3~4년 내 수출 비중을 40~50%까지 확대하는 것을 목표로 하고 있으며 현재 수출 품목은 샴푸, 컨디셔너 같은 미용 제품과 동물병원에서 활용되는 로션, 미스트 등 약 25개 정도로 구성되어 있다. 이는 반려동물 시장의 폭넓은 잠재력과 다양성을 보여주는 지표로 볼 수 있다.

C기업이 수출 과정에서 겪는 애로사항은 국가별로 상이한 규제, 수출단계별 행정 절차의 복잡성, 바이어 발굴의 어려움 등으로 파악되었다. 특히, 수출 선례 기업이 부족하여 수출 과정에서 참고할 자료 확보에 어려움이 있었으며, 수출 기반이 전혀 없는 상황에서 스스로 개척해야 했던 상황이었다. 이에 해외시장 진출을 위해 e-커머스를 적극적으로 활용하였으며, 이는 업체 내 관련 전문인력을 보유하고 있어 타 기업보다 해외시장 진출의 진입장벽이 낮았기 때문으로 판단된다.

나. 개선사항

정부의 지원사업과 관련하여 박람회 지원사업은 그 중요도와 시급성이 높음에도 실질적인 기업의 체감효과는 미흡한 것으로 파악되었다. 이는 현재 시행 중인 박람회 지원사업의 지원범위가 통역료, 부스비 지원 등에 한정되어 있기 때문으로 판단되며, 해당 사업의 효율성을 증대하기 위해 지원범위를 확대할 필요성이 있는 것으로 판단된다.

제품개발 및 임상시험과 관련하여 임상시험은 제품 출시에 있어 의무사항이 아니지만 이를 수행하는 기업들의 경우, 마케팅 포인트로 활용하며 브랜드 신뢰도를 높이고 있다. 시장에 출시된 제품 중 5% 미만이 산학과 연계하여 임상시험을 수행하고 있으며, 이는 시장 규모가 충분히 크지 않아 비용 대비 효익이 낮기 때문에 판단된다. 다만, 이미 일부 업체가 이를 수행해 인지도를 확보하고 차별화 전략으로 사용하고 있기에 제품개발과 임상시험을 병행하는 것은 경쟁력 확보 차원에서 필요할 것으로 판단된다.

한편, 중국 시장에 출시되는 제품의 경우, 중국 기업의 제품 모방에 대비하여 지식재산권 확보가 필수적이다. 중국 시장의 규모를 고려하였을 때, 단순한 품질경쟁만으로는 시장 우위를 유지하기에 한계가 있으며, 특히, 상표권 등 지식재산권의 확보가 필수적이라 할 수 있다. 이는 장기적인 시장 점유율을 확보하고 제품 모방에 대비하기 위한 핵심 수단으로써 반드시 병행해야 할 것으로 판단된다.

다. 소결

수출 과정에서 제기되는 문제점은 국가별로 상이한 규제, 수출단계별 행정 절차의 복잡성, 해외 바이어 발굴의 어려움, 수출 선도기업 부족에 따른 선례 부족 등으로 파악되었다. 이는 중소기업이 대부분인 반려동물 연관산업 시장에서 가장 큰 진입장벽으로 작용하고 있으며, 정부의 현실적인 지원이 필요하다는 점을 의미한다. 주요 수출국의 현지 시장 정보, 규제현황, 수출 절차 등을 정리하여 가이드북을 제공해야 하며, 박람회 지원사업의 지원범위를 현지 정보, 광고비, 물류비 등으로 확대하고 수출 관련 정보를 공유할 수 있는 수출협의회 등을 구축할 필요성이 있다.

제품개발에 있어 임상시험은 경쟁력을 확보하기 위한 차별화 전략으로 사용할 수 있을 것으로 판단된다. 특히, 기술 및 제품에 대한 중국 시장의 모방 가능성이 높기에 지식재산권을 확보하지 못했을 시 브랜드 신뢰도 훼손과 시장 점유율 하락의 위험이 상존한다. 따라서 산학과 연계한 임상시험을 지원하여 차별화의 근거로 활용하고 중국 시장의 모방 제품 위험성에 대비한 특허 및 상표권 확보, 정부 지원을 해외 진출 중심으로 재편하는 등의 대응 전략이 필요하다. 또한 수출 의지가 있는 기업을 선별적으로 지원하여 효과를 높일 필요성이 있을 것으로 보인다.

3.2.2. D기업(펫테크)

가. 기업 개요

D기업은 2018년 첫 제품인 펫 드라이룸을 선보인 이후 꾸준히 연구개발을 진행하며 제품군을 확대하고 있다. ‘반려동물과 사람의 행복한 공존을 추구한다’라는 철학을 기반으로 설립된 D기업은 태국을 시작으로 일본, 싱가포르, 필리핀 등 아시아를 중심으로 수출시장을 확대하였다. 이는 창업 초기부터 해외 진출을 목표로 하였던 기업의 수출 의지와 시장 적합성이 맞물린 전략적 접근이었다고 할 수 있다.

수출 성과 및 애로사항은 현재 전체 매출의 약 20% 수준이 수출에서 발생하고 있으며, 최근 아시아 경기 침체와 환율 문제로 수출이 감소하는 추세라는 점이다.

특히, 중국 기업의 모방으로 인한 가격 경쟁 심화가 주요 애로사항으로 작용하고 있으며, 국내 기업은 품질·디자인 측면에서 우수하지만, 저가형 제품 확산으로 시장 점유율이 하락하는 문제가 발생하고 있다. 따라서 기술적 차별화 및 브랜드 강화 없이는 장기적 성장에 한계가 있을 것으로 판단된다.

제품개발 현황은 드라이룸 4종류와 공기 청정 기능을 결합한 신제품을 중심으로 하고 있으며, 차별화 요소로 에어샤워 기능, 인공지능 기반 맞춤형 드라이 기능 등을 연구개발 중에 있다. 또한 연구개발 부서가 별도로 구성되어 있고 전문인력을 확보하고 있으며, 반도체 클린룸 기술을 반려동물 산업에 접목한 사례로 기술력이 매우 높다고 할 수 있다.

D기업은 제품 다양화와 해외 바이어 확대를 전략적으로 추진하고 있으며 현재는 고양이 시장 확대에 주목하고 있다. D기업은 현재 내수시장이 이미 포화 단계에 도달한 것으로 판단하고 있으며, 초기 시장부터 생존한 기업만 남아 새로운 판도를 형성하는 국면인 것으로 판단하고 있다.

나. 개선사항

D기업의 제품 인증 및 특히 관련 애로사항은 국가별로 상이한 규격으로 인해 수출 과정에서 심사 시간 지연과 과도한 인증획득 비용 발생 등인 것으로 파악되었다. 특히, 국내외 특히 등록은 비용이 많이 소요될 뿐만 아니라 국가별로 기준이 상이하여 재출원 또는 보완·수정이 불가피한 경우가 빈번한 것으로 나타났다. 이는 중소기업에서는 큰 부담으로 작용하고 있는 것으로 파악되었다.

D기업은 청년 창업 사관학교, 수출바우처, 박람회 지원, R&D 지원 등 다양한 정부 지원을 받고 있으며, 특히 최근 반려동물 전용 항목 신설을 긍정적으로 평가하고 있었다. 다만, 지원 규모가 제한적이어서 실질적인 효과가 미미하기에 반려동물 산업만을 위한 R&D 및 홍보 등의 지원이 더욱 확대되어야 할 필요성이 있다 는 점을 강조하였다.

현재 D기업은 해외 바이어 발굴을 위해 태국, 일본, 싱가포르 등 해외 박람회를

참가하고 있으며 aT, KOTRA 등의 지원으로 해외 한국관에 참가한 경험이 있는 것으로 확인되었다. 이는 국내에는 반려동물 관련 국제 전시회가 없어 해외 마케팅 수단이 부족하기 때문이며, 효율적인 해외 마케팅을 위한 국제 전시회 개최가 필요할 것으로 보인다. 이는 해외 진출의 효율성을 높이는 핵심 인프라로써 추진 될 수 있을 것으로 판단된다.

다. 소결

D기업은 아시아 지역 경기 침체, 환율 변동, 중국 기업의 모방 제품 출시 등 수출에 어려움을 겪고 있다. 특히, 국가별로 상이한 규격 인증기준으로 인해 심사가 지연되고 있으며, 특히 및 상표권 확보에 소요되는 비용은 중소기업 입장에서 상당한 부담으로 작용하고 있는 것으로 파악되었다. 따라서 해외인증 취득 지원, 특히 비용 보조 등 정부의 비용 지원이 필요하며, 중국 기업의 제품 모방 가능성에 대응하기 위한 선제적 조치가 현장에서 요구되고 있다.

또한 국내 반려동물 연관산업 국제 박람회의 부재로 마케팅이 제한적이며, 기존의 정부 지원사업은 규모가 작아 실질적인 효과를 보기 힘든 실정이다. 따라서 내수시장이 현재 포화 단계에 있어 글로벌 네트워크 확보가 필수적이라고 할 수 있으며, 이에 반려동물 연관산업 국제 박람회 구축과 산업 특화형 R&D 지원, 마케팅 기회 창출 등이 필요할 것으로 판단된다.

4. 시사점

반려동물 연관산업 기업들은 다양한 제품 생산하고 있으며, 관련 분야에 대한 시장 규모를 긍정적으로 전망하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 아직 많은 기업이 수출보다는 내수시장을 중심으로 성장하고 있는 것으로 나타났다. 또한 수출 기업들은 주력 산업을 중심으로 다양한 해외 수출국과 거래하고 있으며, 자사 제

품에 대한 높은 경쟁력을 바탕으로 향후 수출시장에 대한 전망을 긍정적으로 평가하고 있는 것으로 나타났다.

수출기업들은 향후 다양한 신규 수출 대상국을 확대하려는 의향이 높지만, 해당 수출국에 대한 시장 정보는 매우 부족한 것으로 나타나 주요 수출국을 중심으로 더욱 세부적인 시장 정보가 제공될 필요성이 있을 것으로 보인다. 또한 수출국의 규제 및 인증 문제와 물류 및 유통 문제, 현지 바이어 확보의 어려움, 현지 마케팅 수립의 어려움 등을 주요 애로사항으로 지적하고 있어 수출 실무 중심의 지원 방안도 마련될 필요성이 있다. 이는 특정 산업 분야가 아닌, 반려동물 연관산업 전분야에서 공통적으로 제시되고 있는 의견임을 감안하여 이에 대한 중점적인 지원 방안 강화가 요구된다고 할 수 있다.

한편, 미수출기업의 경우 아직은 수출에 대한 필요성을 인식하지 못하거나 영세한 규모로 인해 내수시장을 중심으로 성장하는 것으로 파악되었으며, 향후 수출 판매를 실시하려는 의향 수준도 매우 낮은 것으로 나타났다. 따라서 스타트업 또는 영세기업을 중심으로 기업 특성 및 수출단계를 고려한 차별화된 운영전략이 마련될 필요성이 있다. 또한 일부 수출 의향이 있는 기업들 역시 수출국에 대한 시장 정보가 매우 부족한 것으로 나타나 다양한 국가에 대한 시장 정보 제공이 선행될 필요성이 있을 것으로 보인다.

대부분 기업이 정부의 반려동물 연관산업 수출 관련 조직 구성 및 정책에 대하여 인지도가 낮은 것으로 나타나 기업의 규모 및 수출 여부와 관계없이 정부 정책에 대한 홍보를 강화할 필요성이 있다. 또한 많은 수출기업이 정부의 반려동물 연관산업 수출 지원사업에 대하여 인지하고 있으나, 이에 비해 지원 및 수혜 경험은 상대적으로 낮은 것으로 파악되었다. 다만, 수혜기업들은 지원사업에 대한 높은 만족도를 지니고 있는 것으로 나타나 지원사업의 효율성은 높다고 할 수 있다.

수출 관련 정책 수요를 분석한 결과 중요도와 시급성이 높은 정책은 대부분 현재 추진 중인 수출 관련 지원사업인 것으로 나타나 수출 현장 중심의 정책 수요가 높다고 할 수 있다. 따라서 수출 현장의 실질적인 애로사항을 중심으로 더욱 다양한 지원사업의 발굴 및 지원 규모 확대가 이루어질 필요성이 있다.

제5장

반려동물 연관산업 수출 활성화 방안

반려동물 연관산업 수출 활성화 방안

1. 반려동물 연관산업 수출 활성화의 기본방향

선행연구 검토와 반려동물 연관산업 기업 설문조사 및 사례조사, 그리고 현장 인터뷰 등을 통해 반려동물 연관산업의 수출 활성화 저해 요인들을 모색하였으며, 이에 기초하여 반려동물 연관산업 수출 활성화를 위한 정책 기본방향을 법·제도, 인프라 구축, 산업 경쟁력 확보 측면으로 구분하여 제시하였다.

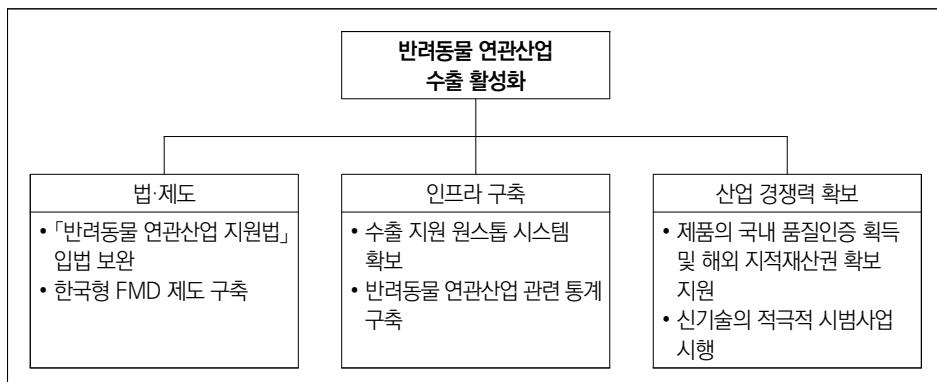
먼저, 법·제도와 관련해서는 반려동물 연관산업 수출 활성화 지원 근거 확보를 위한 반려동물 연관산업 육성법의 관련 내용 보완과 부수적인 정책 입안이 필요할 것으로 판단된다. 그동안 반려동물과 관련된 가장 중요한 법안은 동물보호법이며, 이 법에 근거하여 반려동물 연관산업 수출 활성화가 진행되었다. 그러나 관련 법을 통한 수출 활성화에 대해서는 한계점이 지적되고 있어 이에 대한 추가 보완이 필요할 것으로 보인다. 이와 함께 미국의 FMD를 벤치마킹하여 한국형 FMD를 적용함으로써 지속적인 수출 활성화 정책 수립을 유도할 필요성이 있다.

인프라 구축 부문에서는 반려동물 연관산업 기업의 수출 활성화를 지원하는 시스템 구축이 필요하다. 현재 한국농수산식품유통공사(aT)에서 반려동물 연관산업의 수출 관련 지원사업을 운영하고 있으나, 해당 사업에 대한 인지도는 높지 않

은 상황인 것으로 파악되었다. 이와 함께 기업들이 공통적으로 언급한 바와 같이 해외인증 획득 및 절차에 대해 구체적으로 상담할 수 있는 원스톱 창구의 구축이 필요할 것으로 보인다.

산업 경쟁력 확보 측면에서는 반려동물 연관산업 기업의 생태계를 강화할 필요가 있다. 펫푸드 부문은 품질 및 가격 경쟁력을 가지고 일본 및 동남아, 호주 시장으로 수출이 증가하고 있다. 지속적인 수출 증대를 위해 가격 경쟁력도 중요한 요소이지만, 이와 함께 제품의 프리미엄화와 품질의 고급화가 필요한 시점이라 할 수 있다. 또한 반려동물 연관산업 중 펫테크 부문은 시장발달 초기에 해당하며, 산업 생태계 초기에는 정부의 적극적인 지원 의지가 큰 역할을 한다는 점을 고려할 필요가 있으며, 이를 위해서는 펫테크 기업의 산업 생태계를 지원할 수 있는 방안이 마련될 필요성이 있다.

〈그림 5-1〉 반려동물 연관산업 수출 활성화 정책의 기본방향



자료: 연구진 작성.

2. 반려동물 연관산업 수출 활성화를 위한 정책과제

2.1. 법·제도 측면

2.1.1. 「반려동물 연관산업 육성법」의 보완

현재 반려동물 연관산업 수출 활성화와 관련하여 반려동물 연관산업 육성 및 관리에 관한 법률(안)이 국회 입법된 상황이지만, 수출 활성화와 관련하여 보완할 필요성이 있다. 반려동물 연관산업 육성법에서는 반려동물 연관산업의 창업 촉진 및 해외 진출 지원, 해외 홍보 및 국제 교류사업을 지원하는 규정을 포함하고 있지만, 수출 활성화 부분은 구체적인 내용이 포함되어 있지 않다. 현재 법안은 입법 발의된 상태이며, 법률 단계에서 구체적 내용 제시는 향후 법률 운영의 폭을 제한하는 단점도 있으므로 다음에 제시된 주요 논의사항을 시행령 또는 시행규칙·고시에 포함하여 운영할 필요성이 있다.

첫째, 품목 단위 수출 로드맵 작성을 명시할 필요성이 있다. 본 법안의 제4조에는 ‘반려동물 연관산업 육성계획’을 5년 주기로 수립하도록 규정되어 있으나, 해외시장 진출 지원계획은 구체적으로 제시되어 있지 않다. 또한 반려동물 연관산업은 사료제조업부터 일반제조업, 일반 서비스 및 전문 서비스업까지 다양한 산업군으로 구성되어 있으며, 산업군별 발달단계 및 특성, 산업 규모 및 수출 활성화 정도는 매우 편차가 큰 상황이다. 따라서 종합계획 수립 시 각 산업군을 구분하여 수출 로드맵을 작성하도록 시행령 또는 시행규칙에 명시할 필요성이 있다.

둘째, 품목별 산업단체의 지정, 법정 지위 및 재원 마련 방안에 대한 명시가 필요하다. 법안 제13조에서는 ‘반려동물 연관산업의 육성 및 관리 업무 전담기관’의 설립 및 운영을 제시하고 있으나, 앞서 언급한 바와 같이 다양한 산업군이 속한 반려동물 산업 전체를 본 기관이 총괄 지휘하기에는 무리가 있다. 따라서 품목별 산업단체 지정이 효율적이며, 품목별 산업단체의 출연금 징수 및 운영기준을 신설하는 동시에 정부 보조와 민간 자금 매칭을 통해 수출 활성화 사업 재원을 조성해

야 한다. 이와 함께 품목별 산업단체의 업무, 재원확보 방안과 함께 부가적으로 K-해외 시장 개발 프로그램 실행 근거를 명시하여 지속적인 해외시장 개척 방안이 진행되도록 지원해야 한다.

셋째, 정부 및 민간 자금 매칭 비율의 제도화가 필요하다. 법안 제15조(해외 진출 및 촉진 등)에서는 제2항에 ‘농림축산식품부 장관 및 지방자치단체의 장은 반려동물 제품 등을 해외에 홍보·수출하거나 해외시장을 개척하는 자 또는 단체등에게 필요한 지원을 할 수 있다’라는 내용은 있으나, 기업 및 단체의 부담형식(매칭 방식, 자부담 비율), 정부 보조율 등 구체적 수치 기준은 제시되어 있지 않아 제도 실행 시 재원 조달의 어려움에 따른 예산확보 난항 및 형평성 논란이 제기될 수 있다. 따라서 품목별 자조금관리제도의 사례에서 정부와 민간의 부담 비율이 각각 50%인 점을 참고하여 고시에 기준 보조율을 제시할 필요가 있다.

넷째, 수출 행정의 원스톱 패키지화가 필요하다. 반려동물 연관산업 기업들은 해외 수출 시 상대국에서 요구하는 수출증명·시설인증·단체 인증을 발급받아야 하나, 현재 이를 일괄 지원하는 시스템 관련 내용은 포함되어 있지 않다. 따라서 수출 시 요구되는 수출증명·시설인증·단체 인증의 원스톱 패키지 처리 시스템 구축 등에 관한 사항을 관련 고시에 제시할 필요성이 있다.

다섯째, 해외 진출 및 마케팅·홍보 담당은 품목별 산업단체가 주축이 된 운용이 필요하다. 법안 제13조에서 제시된 반려동물 연관산업 육성 및 관리업무 전담기관은 해외 진출 촉진을 위한 업무를 제시하고 있으나, 앞서 언급한 바와 같이 각 산업군 및 진출대상국가에 따라 다양하고 폭넓은 수출 진흥 및 활성화 업무가 필요하다. 따라서 국내산 펫푸드, 펫헬스케어, 펫테크 품목별 산업단체가 주축이 되어 제품의 우수성을 제공하고 수출을 진작시키기 위한 해외 소비자 마케팅을 수행하고, 반려동물 연관산업 육성 전담기관은 이를 보조하는 방식이 효율적으로 판단된다. 이와 함께 현재 한국농수산식품유통공사(aT)가 반려동물 수출 관련 지원사업을 담당하고 있으나, 해외 홍보 업무는 포함되지 않고 있으므로 관련 고시 추가를 통해 기존 기관 또는 신규기관을 지정하여 해외 전담 홍보 업무를 지속적으로 주관할 필요성이 있다.

2.1.2. 한국형 해외 시장 개발 프로그램(K-FMDP)의 도입²⁶⁾

반려동물 수출 활성화를 위해서는 앞서 언급한 반려동물 연관산업 육성법의 입법 보완과 함께 한국형 해외 시장 개발 프로그램(K-FMDP)을 구성하여 법률에서 제시하지 못하는 세부 내용을 구체화할 필요가 있으며, 이를 위해 법안의 시행령 또는 시행규칙에 설치 근거를 추가할 필요성이 있다.

가. 운영 주체

운영 주체는 농림축산식품부와 산업단체, 한국농수산식품유통공사, 대한무역투자진흥공사가 중심이 되어서 운영할 필요성이 있다. 품목별 산업단체를 구성하여 관련 단체(국내 펫푸드 제조사, 원료공급업체, 기능성 사료 제조사, 반려동물 식품 연구기관)의 참여를 유도하며, 재원 구조는 정부 보조 50%와 업계 50%의 매칭펀드를 준수하는 것이 바람직할 것으로 판단된다. 또한 기금 운용은 과제별 매칭 계약 및 시행 이후 사후 정산방식으로 처리하며, 운영 기간은 시범사업 이후 본 사업으로 추진하는 것이 적절할 것으로 판단된다.

〈표 5-1〉 K-해외 시장 개발 프로그램의 구조

구분	주요 내용
법적 근거	■ 「반려동물 연관산업 육성법」 시행령 또는 시행규칙에 추가
운영 주체	■ 농림축산식품부와 산업단체, 한국농수산식품유통공사, 대한무역투자진흥공사
참여대상	■ 관련 단체(국내 펫푸드 제조사, 원료공급업체, 기능성 사료 제조사, 반려동물 식품 연구기관)
재원 구조	■ 정부 보조 50% + 업계(협회/기업) 50% 매칭
기금 운용 및 운영 기간	■ 과제별 매칭 계약 및 시행 이후 사후 정산방식, 시범사업 이후 본사업으로 추진 필요

자료: 미국 연방판보(검색일: 2025. 10. 7.), Foreign Market Development Program을 참고하여 연구진 작성.

26) 현재 농림축산식품부에서는 농식품 글로벌 성장패키지 지원사업을 진행 중이나, 이 사업은 농식품 전 분야에 해당하여 반려동물 연관산업의 특성을 고려한 산업지원에는 제약이 있다. 또한 사업 지원 내용은 수출 박람회 참가 지원, 현지화 지원사업, 상품·연구 개발사업, 수출바우처 지원 등으로 단편적 해외 수출 지원에 그치며, 상품의 해외 홍보, 전문인력 양성 등 중장기적 활성화 방안에는 부족한 측면이 있다.

나. 주요 사업내용

주요 사업내용으로 ① 해외시장 조사 및 현지 유통업체 발굴, ② 공동 산업 홍보, ③ 국제 규제 대응 및 표준 협력, ④ 수출 전문인력 양성 및 교육, ⑤ 유통 인프라 및 샘플링 지원, ⑥ 성과평가 및 데이터 관리 등을 들 수 있다.

먼저, 해외시장조사 및 현지 유통업체 발굴을 통해 주요 수입국(美·EU·일본·동남아)별 시장 구조·가격대·수입 규제 분석 등이 가능하며, 이를 통해 수출 전략 수립과 목표 시장 명확화 등의 효과를 기대할 수 있다. 공동 산업홍보를 통해서는 ‘K-Petfood’ 공동브랜드 캠페인과 안전성·영양 기준의 국내산 펫푸드 제품 홍보(브랜드 광고 제외)를 통해 산업 이미지 제고와 ‘K-Quality’ 신뢰 구축이 가능할 것으로 보인다. 또한 국제 규제 대응 및 표준 협력을 통해 유럽펫푸드산업연합(FEDIAF), 미국사료관리협회(AAFCO), 일본펫푸드협회(JPFA) 등 반려동물 관련 국제기구와의 협력 증진 및 사료 영양기준의 상호인정 협의를 통해 규제 장벽 완화와 인증 비용 절감을 기대할 수 있을 것으로 판단된다. 이와 함께 수출 전문인력 양성 및 교육을 통해 펫푸드의 해외 유통 시 품질확보·수의학 전문가 교육 및 교류를 활용한 현지 대응력 강화 효과가 가능할 것으로 보이며, 유통 인프라 및 샘플링 지원을 통해 전시회 및 수출 상담회, 온라인 B2B 플랫폼 운영 등으로 판로 개척 및 거래 네트워크 확대 효과를 기대할 수 있을 것으로 판단된다. 그리고 성과 평가 및 데이터 관리를 통해 수출통계 및 시장 데이터 통합 플랫폼을 구축하고 관련 통계자료를 수집(aT)·분석(KREI)함으로써 프로그램 운영을 지속적으로 평가 할 수 있으며, 효과성 검증을 통해 정책 지원 근거 확보가 가능할 것으로 보인다.

〈표 5-2〉 K-해외 시장 개발 프로그램의 구성

구분	주요 내용	기대 효과
① 해외시장 조사 및 바이어 발굴	■ 주요 수입국(美·EU·일본·동남아)별 시장 구조·가격대·수입 규제 분석	수출 전략 수립, 목표 시장 명확화
② 공동 산업 홍보 (Generic Promotion)	■ ‘K-Petfood’ 공동브랜드 캠페인, 안전성·영양 기준 중심 홍보(브랜드 광고 제외)	산업 이미지 제고 및 ‘K-Quality’ 신뢰 구축
③ 국제 규제 대응 및 표준 협력	■ FEDIAF, AAFCO, JPFA 등 국제기구 협력, 기준 상호인정 협의	규제 장벽 완화, 인증 비용 절감

(계속)

구분	주요 내용	기대 효과
④ 수출 전문인력 양성 및 교육	■ 해외 유통·품질·수의학 전문가 교육 및 교류	현지 대응력 강화
⑤ 유통 인프라 및 샘플링 지원	■ 현지 전시회·수출 상담회, 온라인 B2B 플랫폼 운영	판로 개척, 거래 네트워크 확대
⑥ 성과평가 및 데이터 관리	■ 수출통계·시장 데이터 통합 플랫폼 구축(aT·KREI 연계)	지속 평가를 통한 정책 근거 확보

자료: 미국 연방관보(검색일: 2025. 10. 7.), Foreign Market Development Program을 참고하여 연구진 작성.

다. 평가체계 및 성과관리

주요 성과지표로 신규 수출시장 진입국 수, 수출액 증가율, 국제 인증 획득 건수, 현지 세미나 참여자 수 등을 고려할 수 있다. 평가체계 및 성과관리를 위해 연 1회 중간평가를 실시하며, 3년 단위 종합평가를 통해 정책 시행 효과성을 검증하는 것이 바람직할 것으로 판단된다. 또한 정량(수출 증가율) 및 정성(시장 인지도·규제 완화 사례) 평가를 병행하여 평가방식을 공유하며, 반려동물 연관산업 포럼과 반려동물 연관산업 백서 발간 등을 통해 자료를 공유할 필요성이 있다.

라. 소결

반려동물 연관산업 육성법에 한국형 해외 시장 개발 프로그램(K-FMDP) 지원 근거를 신설하여 사업 진행의 법적 근거를 확보할 필요가 있으며, 품목별 반려동물 산업단체와의 공식적인 공동 수출협의체를 구성할 필요성이 있다.

현재 펫푸드의 수출 증가율이 높고 농업과의 연관성이 크므로 펫푸드 산업단체와의 시범적인 공동 수출협의체 구성을 고려해볼 수 있을 것으로 판단된다. 그리고 사업 시행 효과를 바탕으로 타 반려동물 연관산업(펫헬스케어·펫용품·펫테크 등)으로의 확대를 논의할 수 있을 것으로 보인다.

이와 함께 제도의 효과적인 운영을 위해 농림축산식품부, 산업통상부, 수출 진흥 기관(aT, KOTRA 등) 간의 공동 거버넌스 구축이 필요하며, 프로그램의 시행 효과를 계측하기 위한 성과 평가 시스템을 구축하여 사업지원의 근거로 활용할 수

있을 것으로 보인다. 이를 위해 aT 및 국가데이터처, 관세청의 수출입 자료를 연계하여 성과 평가를 담당하는 기관을 지정·운영하는 방안을 검토할 필요성이 있다.

2.2. 인프라 측면

2.2.1. 원스톱 시스템 기능 강화를 통한 수출 행정의 일원화 지원

현재 한국농수산식품유통공사는 ‘aT 수출종합지원시스템’ 및 ‘One-Stop 시험수출지원사업’을 시행하고 있다. 다만, aT 수출종합지원시스템의 주요 목적은 수출지원사업 공고, 통계, 해외인증 정보, 맞춤 알림 서비스 제공 등이며, 수출 행정 전반에 걸친 지원이 아닌 관련 정보 제공 및 사업 신청이 주요 기능이라 할 수 있다. 그리고 One-Stop 시험수출지원사업은 통관·검역 대행, 라벨링, 물류, 현지 마케팅 등을 일괄 지원하는 사업이며, 현재 시험 수출을 지원하는 사업 한계상 일부 국가(2024년 기준 중국, 베트남, 인도네시아, 러시아 등 4개국)로 한정되어 있다.

현재 지원 체계는 주로 정보 제공 및 일부 수출 절차 및 비용 지원 수준에서 기능이 통합되어 있으며, 주요 사업대상이 농식품 또는 농기자재 수출로 설계되어 별도 규제 및 검역 인증을 요구하는 반려동물 연관산업 품목에는 적용이 제한적이라 할 수 있다. 따라서 현재의 수출정보 제공 중심의 원스톱 시스템을 수출 행정 일원화 시스템으로 강화할 필요가 있다. 이를 위해서는 우선 관세, 검역증명서 발급, 해외 검역 조건 협의, 일괄 행정승인 등의 절차를 우선 단일창구에서 처리하는 방안에서 출발해 중장기적으로 자동 처리되도록 시스템을 구축할 필요성이 있다.

전반적인 시스템 구성 개념은 ① 수출단계별 진단시스템, ② 국가별 검역·인증 매핑 데이터베이스, ③ 표준 인허가 자료 라이브러리, ④ 수출서류 간소화 모듈, ⑤ 수출협의회 커뮤니티 기능, ⑥ 해외 마케팅·바이어 매칭, ⑦ 수출 컨설팅·자문 예약, ⑧ 원클릭 지원사업 신청, ⑨ 데이터 기반 정책 분석 등으로 구분할 수 있다.

① 수출단계별 진단시스템 구성: 먼저, 수출단계별 진단시스템을 통해 기업이

반려동물 연관제품·국가를 선택하면, 필요한 검역·인증·표시 요건·통관서류리스트가 제공되어야 한다. 이는 현재 한국농수산식품유통공사(aT)의 ‘농식품 수출종합지원시스템’ 수출단계별 지원사업과 농림축산검역본부의 ‘수출동물 검역정보 시스템’ 수출국별 검역 요건 DB를 바탕으로 구축할 수 있다.

- ② 국가별 검역·인증 매핑 데이터베이스 구성: 국가별 검역·인증 매핑 데이터베이스를 통해 해외인증 기준 및 국내 인허가 비교표를 제공하며, 이를 바탕으로 수출 전 필수 준비요건 체크리스트를 생성한다. 이를 위해서는 현재 미국 사료관리협회(AAFCO), 유럽반려동물산업연합(FEDIAF) 및 일본 펫푸드협회(JPFA)에서 제시하고 있는 공식 가이드라인의 분석이 필요하며, 구성방식은 일본 농림수산성의 수출 확대 실행 전략에서 제시한 구성을 참고할 필요가 있다.
- ③ 표준 인허가 자료 라이브러리 구성: 표준 인허가 자료 라이브러리를 통해 HACCP·ISO·AAFCO·JPFA 등 주요 인증서류 템플릿, 라벨 표기 예시 등을 제공하여야 한다. 이는 현재 한국농수산식품유통공사의 ‘현지화 지원사업 가이드북(2024)’과 식약처의 식품·사료 표시기준 고시를 참고할 필요가 있다.
- ④ 수출서류 간소화 모듈 구성: 수출서류 간소화 모듈을 통해 검역증명서·수출신고서·인증서류를 전자 연동(관세청 UNI-PASS, QIA, K-food 인증시스템 연동)하여 수출에 필요한 인적·물적 투입 요소를 절약할 수 있다. 이를 위해서는 관세청 UNI-PASS 수출입통관시스템과 농림축산검역본부의 전자검역시스템 내 수출증명서 전자 발급 기능과의 연계가 필요하다.
- ⑤ 수출협의회 커뮤니티 기능 구성: 수출협의회 커뮤니티 기능을 통해 산업별 협의회·기업 간 질의응답, 해외정보 공유, 정부·기업 간 실시간 질의 채널을 형성하도록 유도해야 한다. 이는 일본의 JFOODO 산업별 ‘Co-creation Forum’ 모델과 농림축산식품부 ‘수출협의회 활성화 사업(2024)’을 바탕으로 구성 할 수 있다.
- ⑥ 해외 마케팅·바이어 매칭 시스템 구성: 해외 마케팅·바이어 매칭으로 국가·품목·바이어 DB 기반 자동 매칭 및 온라인 전시관을 운영할 수 있다. 현재 대

한무역투자진흥공사(KOTRA)의 buyKOREA 플랫폼과 일본무역진흥기구(JETRO)의 Japan Pavilion을 참고하여 시스템을 구성하는 것이 효과적일 것으로 판단된다.

- ⑦ 수출 컨설팅·자문 예약 시스템 구성: 수출 컨설팅·자문 예약으로 검역, 인증, 라벨링, 통관 등 해외 수출 시 대면하게 되는 각 부문별 문제점을 전문가 상담 예약 및 화상상담 기능을 통해 해결토록 지원해야 한다. 이는 한국농수산식품유통공사 및 대한무역투자진흥공사에서 운영하는 통합 수출상담센터와 농림축산식품부 해외 수출 상담사업(2024)을 참고하여 확대 구성하는 것이 바람직할 것으로 보인다.
- ⑧ 원클릭 지원사업 신청 시스템 구성: 원클릭 지원사업 신청으로 수출바우처, 현지화 지원, 시험 수출 등 기존 사업에 대한 통합신청·승인·정산 기능을 추가하여 인적·물적 투입요소를 절약할 수 있다. 현재 운영되고 있는 aT ‘수출 종합지원시스템’ 지원사업 신청 부문과 중기부 수출바우처 통합관리시스템을 연계하는 방안이 필요하다.
- ⑨ 데이터 기반 정책 분석시스템 도입: 데이터 기반 정책 분석을 위해 품목·국가 별 수출 현황, 기업별 애로, 지원성과 데이터를 통합 분석함으로써 정책 의사 결정 지원 근거를 확보할 수 있다. 이 부문은 일본 농림수산성 ‘수출 확대 실행전략(2025 개정판)’과 OECD Agricultural Export Data(2023)를 참고하여 구성할 필요성이 있다.

〈표 5-3〉 수출 지원 원스톱 시스템 기능 강화내용

구분	주요 내용	연관 기관 및 시스템
① 수출 단계별 진단 시스템	기업이 제품·국가를 선택하면, 필요한 검역·인증·표시 요건·통관서류 리스트를 자동 제시	■ aT 수출종합지원시스템 ■ 농림축산검역본부
② 국가별 검역·인증 매핑 데이터베이스	USDA/FEDIAF/JPFA 등 해외 기준과 국내 인허가 비교표 제공 및 ‘수출 전 필수 준비요건 체크리스트’ 자동 생성	■ 일본 농림수산성(2025) ■ 유럽 반려동물 산업협회(FEDIAF) ■ 일본 펫푸드 공업회(JPFA)
③ 표준 인허가 자료 라이브러리	HACCP·ISO·AAFCO·JPFA 등 주요 인증 서류 템플릿, 라벨 표기 예시 등 제공	■ aT 수출종합지원시스템 ■ 식품의약품안전처

(계속)

구분	주요 내용	연관 기관 및 시스템
④ 수출서류 간소화 모듈	검역증명서·수출신고서·인증서류를 전자 연동(관세청 UNI-PASS, QIA, K-food 인증 시스템 연동)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 관세청 UNI PASS ■ 농림축산검역본부
⑤ 수출협의회 커뮤니티 기능	산업별 협의회·기업 간 질의응답, 해외정보 공유, 정부·기업 간 실시간 질의 채널	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일본 해외식품홍보센터(JFOODO) ■ 농림축산식품부(2024a)
⑥ 해외 마케팅 바이어 매칭	국가·품목·바이어 DB 기반 자동 매칭 및 온라인 전시관 운영	<ul style="list-style-type: none"> ■ KOTRA 수출지원플랫폼(buyKOREA) ■ 일본무역진흥기구(JETRO) Japan Pavilion
⑦ 수출 컨설팅·자문 예약	검역, 인증, 라벨링, 통관 등 주제별 전문가 상담 예약 및 화상상담 기능	<ul style="list-style-type: none"> ■ aT 수출종합지원시스템 ■ 농림축산식품부(2024b)
⑧ 원클릭 지원사업 신청	수출바우처, 현지화 지원, 시험 수출 등 기존 사업 통합 신청·승인·정산 기능	<ul style="list-style-type: none"> ■ aT 수출종합지원시스템 ■ 수출 지원기반활용사업 홈페이지
⑨ 데이터 기반 정책 분석	품목·국가별 수출 현황, 기업별 애로, 지원성과 데이터를 통합 분석해 정책 의사결정 지원	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일본 농림수산성(2025) ■ OECD(2023)

자료: 연구진 작성.

2.2.2. 반려동물 연관산업 통계구축

현재 반려동물 연관산업 통계구축이 미흡하여 연관산업의 시장 규모 및 성장세 등을 정확히 추산하는 데 어려움이 있으며, 반려동물 연관산업 제품의 HS코드가 한정적이어서 일부 제품의 수출입 통계만 파악할 수 있다는 한계점이 존재한다. 뿐만 아니라 반려동물 연관산업 규모는 해외 컨설팅 보고서에서 추정한 수치를 이용하고 있으나, 보고서 출처마다 규모가 상이하여 수치에 대한 신뢰성 확보도 어려운 상황이라 할 수 있다. 또한 HS코드에서 제시하고 있는 반려동물 용품은 펫푸드 및 펫용품(HS코드 4201.00: 동물용 안장 및 하네스, 의류)에 불과한 상황이다.

따라서 이에 반려동물 연관산업단체와의 협업을 통해 반려동물 기업체 리스트를 확보하고 이를 바탕으로 반려동물 연관산업에 대한 기본정보를 구축할 필요성이 있다. 이와 함께 반려동물 연관산업 관련 단체를 품목별로 구분한 후 각 품목별 산업체의 일반, 인력, 투자, 국내 판매 및 수출·수입 현황 자료를 구축하는 방안도 마련될 필요성이 있다.

〈표 5-4〉 반려동물 연관산업 통계 구성(안)

구분	세부 조사 내용
일반 현황	업체 소재지별 분포, 종사자 규모별 분포, 타사업체 유무별 분포, 재무 상태 분석, 매출 발생 유형 등
인력 현황	연구인력, 생산인력, 기타인력, 인력의 학위별 구성, 소재지별 인력분포 등
투자현황	연구개발비, 시설 투자비 등
국내 판매 현황	제품별 국내 판매액 등
수출입 현황	제품별 수출액 및 수입액 등

자료: 산업통상부(2024)를 참고하여 연구진 작성.

2.3. 산업 경쟁력 측면

2.3.1. 펫푸드 부문

가. 영양표준 가이드라인 준수를 통한 한국산 펫푸드의 프리미엄 구축

미국 및 유럽은 반려동물 사료 영양표준 가이드라인을 도입하여 자국 펫푸드의 품질을 강조하고 있으며, 이를 바탕으로 프리미엄 형성을 유도하여 자국산 펫푸드의 해외 진출을 용이하게 지원하고 있다. 우리나라는 2024년 국립축산과학원에서 ‘반려동물 사료 영양표준’을 개발하였으며, 2028년 9월부터 시행될 예정이다. 본 제도를 통해서 국내산 사료의 ‘완전사료²⁷⁾’ 라벨링 부착이 가능하며, 그동안 미국 및 유럽의 사료 가이드라인에 의존하던 소비자의 상품 선택범위가 더 넓어질 것으로 판단된다. 또한 이를 바탕으로 해외 수출 시 마케팅 자료로 활용할 수 있을 것으로 보인다.

나. 「반려동물 사료관리법안」의 신속 입법 및 시행

현재 반려동물 사료와 관련된 법안은 사료관리법이 있으나, 이 법은 산업 축산

27) 별도의 영영 공급 없이 반려동물의 성장단계별 모든 영양소 요구량을 충족하도록 영양구성이 조성된 사료를 의미하며, 주식으로 급여해도 영양결핍 또는 과잉이 발생하지 않는 사료를 의미한다(농촌진흥청 보도자료, 2024. 10. 23.).

을 대상으로 운영되어 펫사료와는 법안 운영 방향에서 차이점이 있다. 이에 따라 펫푸드를 통해 반려동물에 위해 상황이 발생하였을 경우 긴급 대응을 위한 법적 근거가 부족한 점과 해당 위해 펫푸드의 생산·판매 이력 추적에 대한 규정이 부재 한 점이 주요 문제점으로 제기되고 있다. 이에 따라 현재 반려동물 사료관리법이 현재 입법과정²⁸⁾중에 있으므로 신속한 입법 완료 및 시행이 이루어질 필요성이 있다.

2.3.2. 펫용품·펫테크·펫헬스케어 부문

가. 국내 인증획득 지원을 통한 제품의 경쟁력 강화

일부 업체는 제품개발 시 임상시험은 법적 필수절차가 아니지만, 임상시험을 실시하고 있으며, 이를 마케팅 절차로 활용하여 브랜드 신뢰를 높이는 전략을 사용하고 있다. 예를 들어 기능성 성분(예: 벼룩 방지, 탈모 개선 등)이 함유된 펫 샴푸는 동물용 의약품으로 분류될 경우 허가 절차와 함께 임상시험이 요구될 수 있다. 일부 기업에서는 해당 제품을 수출하면서 국내에서 획득한 임상시험 결과를 적극적으로 홍보하여 제품의 품질과 기능성·안전성을 강조하였으며, 결과적으로 미투 상품의 등장 방지와 시장 점유율 확보에 효과적으로 대응한 사례가 있다. 따라서 국내 인증 확보에 필요한 정보 및 절차에 대한 안내를 제공하고, 과정에서 필 요한 인증 비용에 대한 지원을 고민할 필요가 있다.

나. 수출대상국 특허 및 상표권 확보 지원

일부 개도국은 제품 모방의 위험성이 매우 높아 지적 재산권 확보가 필수적으로 요구되고 있으며, 단순한 품질 경쟁력으로는 모방 제품과의 시장 경합에서 한 계가 있으므로 특허 확보 및 상표권자 강화가 필수적이라 할 수 있다. 이는 기업 차

28) 해당법안(제2213178호)은 이재강 의원 외 11인이 발의하였으며, 2025년 11월 7일 국회 소위에 회부된 상태임.

원의 생존을 넘어 우리나라 반려동물 연관산업계의 지속적인 생존과 장기적인 시장 점유율 확보를 위한 핵심 수단으로 판단된다. 따라서 희망업체를 대상으로 해외 특허 및 상표권 등 지적 재산권 획득을 지원하는 방안을 현재보다 더욱 강화할 필요성이 있다.

다. 적극적인 신기술 도입 시범사업 구축

펫테크 및 펫헬스케어 분야에서 개발되고 있는 신기술은 매우 다양하므로, 이를 적극적으로 활용한 시범사업을 고민할 필요가 있다. 예를 들어 현재 반려견 등록은 무선 주파수 식별장치(RFID)를 이용한 내장형 칩 삽입 또는 외장형 부착 방식으로 이루어지고 있다. 내장형 경우 주사기를 이용하여 삽입하므로 시술 시 통증 발생 및 감염, 알레르기, 염증, 종양 등의 부작용이 나타날 수 있으며, 외장형은 분실 및 파손의 위험성이 높다는 단점이 있다. 이에 최근 비문(코 주름)을 이용한 개체식별 방식이 개발되었으나, 이 방식은 일부 지자체²⁹⁾에서 한정되어 운영 중이다. 이를 기존의 등록 방식과 병행하여 반려동물 등록에 이용할 경우 등록 편이성 증대 및 관련 기술의 해외 수출 시 경쟁력 흥보 및 마케팅에 적극 활용할 수 있다는 장점이 있으므로 이에 대한 시범사업 확대를 고민할 필요가 있다.

29) 경기도 안양시(2025년 6~12월)에서 시범사업을 시행함(동물보호복지플랫폼, 검색일: 2025. 10. 11.).

반려동물 연관산업 기업 설문조사표



ID

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

반려동물 복지 개선을 위한 영업업체 조사

안녕하십니까?

한국농촌경제연구원은 국무총리실 산하, 농업·농촌 및 식품 분야 정책을 수립하는 국책연구기관입니다.

저희 연구원은 현재 반려동물 양육 가구 수 증가와 더불어 반려동물 연관산업에 대한 관심과 중요성이 높아짐에 따라 반려동물 연관산업의 지속가능한 성장 방안을 모색하기 위하여 「반려동물 연관산업 수출 활성화 방안」 연구를 수행하고 있습니다.

이에 반려동물 연관산업 기업을 대상으로 수출 현황 및 정책 수요조사를 실시하고자 하오니 조사에 협조해 주시면 감사드리겠습니다.

귀하게서 응답하신 내용은 반려동물 연관산업의 수출 활성화를 위한 정책을 마련하는데 중요한 기초자료로 활용되오니 성실히 응답해주시기를 부탁드립니다.

본 설문에서 응답해주시는 정보는 법률 제11690호 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보의 파기)에 의거 조사 종료 후 파기되오니 안심하시고 원활한 연구 진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐 없이 응답해주시길 부탁드립니다.

2025. 8.

- 연구기관 : 한국농촌경제연구원
- 연구담당 : 이정민 부연구위원 (061-820-2123 / fantom99@krei.re.kr)
김동훈 부연구위원 (061-820-2368 / donghoon@krei.re.kr)
홍재호 연구원 (061-820-2373 / wogh952@krei.re.kr)

A. 기업 일반 현황(공통)

A1. 기업명						
A2. 사업장(본사) 소재지	① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전 ⑦ 울산 ⑧ 경기 ⑨ 강원 ⑩ 충북 ⑪ 충남 ⑫ 전북 ⑬ 전남 ⑭ 경북 ⑮ 경남 ⑯ 제주 ⑰ 세종					
A3. 반려동물 관련 사업 운영 기간	()년	A4. 2024년 기준 매출액				()만 원

A5. 현재 귀 기업의 사업 분야(<참고> 생산 제품 기준)는 다음 중 어느 분야에 해당하십니까? (중복응답 가능) ※ 개 또는 고양이 관련 제품을 생산하는 기업만 해당

- ① 펫푸드 ② 펫용품 ③ 펫헬스케어 ④ 펫테크

A5-1. (A5 중복응답의 경우) 귀 기업의 주력(2024년 매출액 기준) 사업 분야는 무엇입니다?

- ① 펫푸드 ② 펫용품 ③ 펫헬스케어 ④ 펫테크

<참고> 반려동물 연관산업 분야 분류 기준

분야	생산 제품
① 펫푸드	사료(건식, 습식 등), 간식, 의약외품(기능성 식품, 보충제 등)
② 펫용품	관리용품, 생활용품
③ 펫헬스케어	동물용 의약품, 의료기기
④ 펫테크	디지털 헬스케어, 자동화·스마트기기, 스마트기기 활용 엔터테인먼트 및 안전기기

A6. (A5 응답 결과 기준) 귀 기업의 사업 분야별 매출액 비중은 어느 정도입니까? (2024년 기준)

구분	펫푸드	펫용품	펫헬스케어	펫테크	합계
매출액 비중(%)	()%	()%	()%	()%	100.0%

A7. 귀 기업의 전년(2023년) 대비 2024년 매출액 변화는 어느 정도입니까?

- ① 매우 감소 ↳ A7-1로 이동 ② 감소 ↳ A7-1로 이동 ③ 비슷한 수준
 ④ 증가 ↳ A7-1로 이동 ⑤ 매우 증가 ↳ A7-1로 이동

A7-1. 매출액의 감소 및 증가 비중은 어느 정도입니까?

감소 ()% / 증가 ()%

A8. 귀하께서는 향후 반려동물 연관산업의 전반적인 분야별 시장 규모를 어떻게 전망하십니까?

구분	① 매우 감소	② 감소	③ 보통	④ 증가	⑤ 매우 증가
펫푸드					
펫용품					
펫헬스케어					
펫테크					

A9. 귀 기업의 현재 근무 인력 현황은 어떻게 됩니까? (본인 포함)

구분	전체	고용 형태	
		상시 고용인력	임시 고용인력
(1) 내국인	()명	()명	()명
(2) 외국인	()명	()명	()명
(3) 합계	()명	()명	()명

A10. 귀 기업은 지금까지 반려동물 연관산업 제품에 대한 수출 경험이 있습니까?

① 있음 ☞ A10-1로 이동 ② 없음 ☞ PART B로 이동

A10-1. 귀 기업의 수출 기간은 총 몇 년입니까?

총 ()년

A11. (2024년 기준) 귀 기업은 주력 사업 분야의 반려동물 연관산업 제품에 대한 수출 실적이 있습니까?

① 있음 ☞ A11-1로 이동 ② 없음

A11-1. (2024년 매출액 기준) 귀 기업의 주력 사업 분야 제품에 대한 국내외 판매처 비중은 어떻게 되십니까?

구분	국내 판매	수출 판매	합계
국내외 판매 비중(%)	()%	()%	100.0%

A12. 귀 기업은 현재 주력 사업 분야 수출 관련 전담 조직 및 인력을 보유하고 있습니까?

- ① 보유 ☞ A13으로 이동 ② 미보유

A13. 귀 기업이 보유하고 있는 수출 관련 전담 인력은 몇 명입니까?

()명

PART B. 생산 및 수출 현황(공통)

- ※ A5-1 응답 결과(주력 사업 분야)를 기준으로 응답해주시기 바랍니다.
※ 생산 여부는 모두 응답하되 수출 관련 문항은 A11 응답 결과(2024년 수출기업)를 기준으로 응답해주시기 바랍니다.

<B1> 팻푸드 기업

B1-1. 귀 기업에서 생산 및 수출하고 있는 팻푸드 관련 제품은 무엇입니까? (중복응답 가능) ※ 2024년 실적 기준이며, 수출 비중 및 수출국은 2024년 매출액 기준임.

구분	생산 제품	생산 여부	수출 여부	생산 대비 수출 비중(%)
일반용	① 건식 사료	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	② 습식 사료	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	③ 간식	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
의약외품	④ 의약외품(기능성 식품, 보충제 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
기타	()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%

B1-2. (2024년 기준) 귀 기업이 생산한 팻푸드 제품의 수출국 수와 상위 수출국은 어디입니까? (수출기업만 응답)

수출국 수	수출국(1순위)	수출국(2순위)	수출국(3순위)
()개 국가			

B1-3. 미국(AAFCO) 및 유럽(FEDIAF)산 팻푸드는 사료 영양표준 가이드라인을 준수하는 제품임을 라벨에 표시하고 있습니다. 사료 영양표준 가이드라인을 준수하는 것이 제품 신뢰도 및 매출 증가에 도움이 된다고 생각하십니까?

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

B1-4. 2024년 우리나라에서도 반려동물 사료 영양표준이 발표되었습니다. 귀하께서는 우리나라 사료 영양표준에 대하여 어느 정도 알고 계십니까?

■ 반려동물 사료 영양표준

반려동물(개, 고양이)이 건강한 생활과 정상적인 생리 상태를 유지하기 위해 필수적인 영양분의 최소 권장 수준을 제시한 지침

※ 권장 영양소 기준: (개) 성견 38종, 성장/번식기 40종
(고양이) 성묘 41종, 성장/번식기 43종

- ① 전혀 모름 ② 들어본 적 있음 ③ 어느 정도 알고 있음 ④ 매우 잘 알고 있음

B1-5. 귀하께서는 이와 같은 반려동물 사료 영양표준의 필요성에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- ① 매우 불필요 ② 불필요 ③ 보통 ④ 필요 ⑤ 매우 필요

B1-6. 만약 국내산 펫푸드 제품에 우리나라 반려동물 사료 영양표준을 준수한다는 문구가 기입될 경우 해외 수출에 어떠한 영향을 미칠 것으로 생각하십니까?

- ① 매우 부정적 ② 부정적 ③ 영향 없음
④ 긍정적 ⇨ B1-7로 이동 ⑤ 매우 긍정적 ⇨ B1-7로 이동

B1-7. 국내산 펫푸드 제품에 우리나라 반려동물 사료 영양표준을 준수한다는 문구가 기입될 경우 해외 수출 금액은 어느 정도 증가할 것으로 예상하십니까?

()% 증가

<B2> 펫용품 기업

B2-1. 귀 기업에서 생산 및 수출하고 있는 펫용품 관련 제품은 무엇입니까? (증복응답 가능) ※ 2024년 실적 기준이며, 수출 비중 및 수출국은 2024년 매출액 기준임.

구분	생산 제품	생산 여부	수출 여부	생산 대비 수출 비중(%)
관리용품	① 고양이 모래	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	② 펫 화장실 시트(배변매트)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	③ 펫 기저귀	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	④ 펫 배변봉투	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑤ 훈련용품(배변/소변 훈련 유도제 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑥ 방향제/탈취제	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑦ 살충제/방충제	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑧ 펫 샴푸/린스류	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑨ 펫 귀청소(면봉, 세정제, 물티슈 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%

구분	생산 제품	생산 여부	수출 여부	생산 대비 수출 비중(%)
생활용품	⑩ 펫 브러쉬/빗	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑪ 펫 이발기(가정용)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑫ 펫 덴탈케어 용품(치약, 칫솔 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑬ 드라이룸(펫 전용 드라이기)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	① 펫 하우스(케이지)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	② 펫 침대/매트	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	③ 펫 식기/그릇	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	④ 펫 급식기/급수기(정수기)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑤ 펫 의류/액세서리(옷, 신발 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑥ 목줄/입마개/가슴줄	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑦ 펫 장난감	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑧ 캐타워/캣휠/스크래처/터널	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑨ 펫 이동장(캐리어)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
기타	⑩ 펫 유모차	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑪ 펫 카시트	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑫ 펫 울타리/안전문	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
기타	⑬ 펫 CCTV 디바이스	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%

B2-2. (2024년 기준) 귀 기업이 생산한 펫용품 제품의 수출국 수와 상위 수출국은 어디 입니까? (수출기업만 응답)

수출국 수	수출국(1순위)	수출국(2순위)	수출국(3순위)
()개 국가			

<B3> 펫헬스케어 기업

B3-1. 귀 기업에서 생산 및 수출하고 있는 펫헬스케어 관련 제품은 무엇입니까? (증복 응답 가능)

* 2024년 실적 기준이며, 수출 비중 및 수출국은 2024년 매출액 기준임.

구분	생산 제품	생산 여부	수출 여부	생산 대비 수출 비중(%)
동물용 의약품 및 의료기기	① 동물용 의약품	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	② 동물용 의료기기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
기타	()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%

B3-2. (2024년 기준) 귀 기업이 생산한 펫헬스케어 제품의 수출국 수와 상위 수출국은 어디입니까? (수출기업만 응답)

수출국 수	수출국(1순위)	수출국(2순위)	수출국(3순위)
()개 국가			

<B4> 펫테크 기업

B4-1. 귀 기업에서 생산 및 수출하고 있는 펫테크 관련 제품은 무엇입니까? (증복응답 가능)

※ 2024년 실적 기준이며, 수출 비중 및 수출국은 2024년 매출액 기준임.

구분	생산 제품	생산 여부	수출 여부	생산 대비 수출 비중(%)
디지털 헬스케어 자동화 스마트기기	① 질병 진단기트, 원격 의료 진단기기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	② 반려동물 사료 자동급이기(급식기)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	③ 반려동물 자동 급수기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	④ 반려동물 스마트 화장실	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
엔터테인먼트 안전	⑤ 스마트 장난감, 반려동물 TV 등	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑥ 추적 장비(휴대용 및 GPS 추적기 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑦ 모니터링 기기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	⑧ 스마트 펫 울타리	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
기타	()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%
	()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	()%

B4-2. (2024년 기준) 귀 기업이 생산한 펫테크 제품의 수출국 수와 상위 수출국은 어디입니까? (수출기업만 응답)

수출국 수	수출국(1순위)	수출국(2순위)	수출국(3순위)
()개 국가			

PART C. 수출기업 의향 및 애로사항(수출기업)

※ A10-① 응답 결과(수출 경험 보유 기업)를 기준으로 응답해주시기 바랍니다.

C1. 귀 기업의 주력 사업 분야 제품에 대한 전반적인 부문별 수출 경쟁력은 어느 정도라고 생각하십니까?

구분	① 매우 낮음	② 낮음	③ 보통	④ 높음	⑤ 매우 높음
(1) 가격 경쟁력					
(2) 품질 경쟁력					
(3) 브랜드 경쟁력					
(4) 마케팅 경쟁력					

C2. 귀 기업의 주력 사업 분야 제품에 대한 최대 수출국 내 부문별 수출 경쟁력은 어느 정도라고 생각하십니까?

구분	① 매우 낮음	② 낮음	③ 보통	④ 높음	⑤ 매우 높음
(1) 가격 경쟁력					
(2) 품질 경쟁력					
(3) 브랜드 경쟁력					
(4) 마케팅 경쟁력					

C3. 귀 기업의 주력 사업 분야에 대한 향후(3년 이내) 전반적인 수출 전망은 어떻게 예상하십니까?

- ① 매우 나쁨 ② 나쁨 ③ 보통 ④ 좋음 ⑤ 매우 좋음

C4. 귀 기업의 주력 사업 분야에 대한 향후(3년 이내) 최대 수출국 내 수출 전망은 어떻게 예상하십니까?

- ① 매우 나쁨 ② 나쁨 ③ 보통 ④ 좋음 ⑤ 매우 좋음

C5. 귀 기업은 향후 주력 사업 분야에 대한 신규 수출 대상국을 확대할 의향 또는 계획이 있으십니까?

- ① 전혀 없음 ② 없음 ③ 보통
④ 있음 ☞C5-1~4로 이동 ⑤ 매우 있음 ☞C5-1~4로 이동

C5-1. 귀 기업이 수출국을 확대하고자 하는 이유는 무엇입니까?

1순위: 2순위:

- | | |
|------------------------|--------------------|
| ① 국내시장의 포화 | ② 기존 수출국시장의 포화 |
| ③ 신규 제품에 대한 사업 확대 | ④ 기존 제품에 대한 사업 확대 |
| ⑤ 신규시장의 전략적 선점 | ⑥ 비용 절감(입지, 인건비 등) |
| ⑦ 기타() | |

C5-2. 확대할 의향 또는 계획이 있는 국가는 어디입니까?

(), (), ()

C5-3. 확대할 의향 또는 계획이 있는 국가에 대한 시장 정보는 충분한 수준입니까?

- ① 매우 부족함 ② 부족함 ③ 보통 ④ 많음 ⑤ 매우 많음

C5-4. 수출 확대 시 전체 매출액은 어느 정도 증가할 것으로 예상하십니까?

()% 증가

C6. 귀 기업이 과거 또는 현재 직면한 수출 관련 주요 애로사항은 무엇입니까?

1순위: 2순위: 3순위:

- | | |
|------------------------|--------------------|
| ① 수출국의 규제 및 인증 문제 | ② 물류 및 유통 문제 |
| ③ 통관 관련 문제 | ④ 가격 및 품질 경쟁력 저하 |
| ⑤ 브랜드 인지도 저하 | ⑥ 수출국시장 및 법률 정보 부족 |
| ⑦ 현지 바이어 확보의 어려움 | ⑧ 수출 관련 서류 작성의 어려움 |
| ⑨ 수출 관련 전문인력 부족 | ⑩ 현지 마케팅 수립의 어려움 |
| ⑪ 수출 제품에 대한 R&D 여건 미흡 | ⑫ 언어 및 문화적 차이 |
| ⑬ 기타() | |

PART D. 미수출기업 의향(미수출기업)

※ A10-②(수출 경험 미보유 기업) 응답자만 응답해주시기 바랍니다.

D1. 귀 기업이 지금까지 수출 판매를 하지 않은 이유는 무엇입니까?

1순위: 2순위: 3순위:

- ① 해당 분야의 신생기업이기 때문
- ② 내수 판매만으로도 충분하기 때문
- ③ 수출시장을 고려할만한 사업 규모가 아니기 때문
- ④ 수출시장에서의 가격 및 품질 경쟁력이 낮기 때문
- ⑤ 수출 절차가 까다롭고 복잡하기 때문
- ⑥ 수출시장 관련 정보가 부족하기 때문
- ⑦ 수출국의 규제 수준이 높기 때문
- ⑧ 수출 전담 조직 및 인력이 없기 때문
- ⑨ 수출 관련 정부 지원사업이 부족하기 때문
- ⑩ 기타()

D2. 귀 기업은 향후 수출 판매를 실시할 의향 또는 계획이 있으십니까?

- ① 전혀 없음
- ② 없음
- ③ 보통
- ④ 있음 ↳ D2-1~3으로 이동
- ⑤ 매우 있음 ↳ D2-1~3으로 이동

D2-1. 향후 수출할 의향 또는 계획이 있는 주요 국가는 어느 곳이며, 향후 수출을 예상하고 있는 시기는 언제입니까?

수출국(1순위)	수출국(2순위)	수출국(3순위)	향후 수출 가능 연도
()	()	()	현재로부터 ()년 이후

D2-2. 수출 판매 의향 또는 계획이 있는 국가(1순위 기준)에 대한 시장 정보는 충분한 수준입니까?

- ① 매우 부족함
- ② 부족함
- ③ 보통
- ④ 많음
- ⑤ 매우 많음

D2-3. 수출 판매 시 매출액은 어느 정도 증가할 것으로 예상하십니까?

()% 증가

PART E. 수출 관련 정책 평가(공통)

E1. 현재 반려동물 연관산업 수출 관련 정책은 농림축산식품부 내 별도 조직(반려산업 동물의료팀)을 중심으로 수립·추진되고 있습니다. 이와 같은 정부 조직 구성 및 관련 정책에 대하여 어느 정도 알고 계십니까?

- ① 전혀 모름 ② 모름 ③ 보통
④ 알고 있음 ☞E1-1로 이동 ⑤ 매우 잘 알고 있음 ☞E1-1로 이동

E1-1. 현재의 반려동물 관련 정부 조직 구성 및 관련 정책에 대하여 어느 정도 만족하십니까?

- ① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

E2. 국내 반려동물 연관산업 관련 기업을 대상으로 한 정부의 주요 수출 관련 지원사업은 다음과 같습니다. 각 지원사업에 대하여 어느 정도 알고 계십니까?

구분	① 전혀 모름	② 들어본 적만 있음	③ 어느 정도 알고 있음	④ 매우 잘 알고 있음
(1) 정보조사 지원사업				
(2) K-Pet 수출 박람회 지원사업				
(3) 상품 연구·개발 지원사업				
(4) 박람회 등 참가 지원사업				
(5) 해외인증 등 현지화 지원사업				
(6) 전문인력 양성 지원사업				
(7) 온라인플랫폼 활용 지원사업				

E3. (A10-① 수출 경험 보유 기업 대상) 상기 수출 관련 지원사업에 대한 지원 여부 및 수혜 경험이 있으십니까?

구분	(1) 지원 경험	(2) 수혜 경험
(1) 정보조사 지원사업	① 있음 ② 없음	① 있음 ② 없음
(2) K-Pet 수출 박람회 지원사업	① 있음 ② 없음	① 있음 ② 없음
(3) 상품 연구·개발 지원사업	① 있음 ② 없음	① 있음 ② 없음
(4) 박람회 등 참가 지원사업	① 있음 ② 없음	① 있음 ② 없음
(5) 해외인증 등 현지화 지원사업	① 있음 ② 없음	① 있음 ② 없음
(6) 전문인력 양성 지원사업	① 있음 ② 없음	① 있음 ② 없음
(7) 온라인플랫폼 활용 지원사업	① 있음 ② 없음	① 있음 ② 없음

E3-1. (E3-(2)-① 지원사업 수혜 기업 대상) 정부 지원사업에 대한 부문별 만족도는 어느 정도입니까?

구분	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족
(1) 지원사업 시기					
(2) 지원사업 내용					
(3) 지원사업 규모					
(4) 수출 사업에 대한 실질적 도움					

PART F. 수출 관련 정책 수요

F1. 다음에 제시된 반려동물 연관산업 수출 관련 정책에 대한 중요도와 시급성을 선택해 주시기 바랍니다.

■ 주요 정책

전략	주요 정책
해외시장 개척	① K-Pet 수출 박람회 지원 - 연관산업 관련 통합 한국관을 해외 전시회에 마련하여 수출 활성화를 지원
	② 국제시장발굴조사단 구성 - 해외에서 정부·기업이 함께 수출 관련 상담회 개최
	③ 국제 상품 홍보지 제작 - 기업상품 홍보 책자 제작을 지원하여 국제전시회 및 해외 무역 관련 기관 배포
	④ 박람회 등 지원사업 - 기업의 박람회 참가비용을 지원
무역 정보 제공	⑤ 정보조사 지원 - 해외정보 수집·분석을 통해 기업의 수출전략 수립에 기여
	⑥ 무역 정보시스템 구축·관리 - 무역 정보 관련 자료 구축 및 인터넷 거래용 시스템 구축 및 운영 지원
	⑦ 전문인력 양성 - 해외 법률·인증, 계약 등 해외시장 진출 시 필요한 교육프로그램 지원
수출 인프라 구축	⑧ 수출 물류비 지원 - 물류비(선별비, 포장비, 운송비 등)에 대한 지원
	⑨ 상품연구개발 지원 - 해외 수출용 맞춤형 상품개발을 위한 연구개발 지원
	⑩ 해외인증 등 현지화 지원 - 해외 진출 시 필요한 인증 및 특허·상표권 등록 지원
	⑪ 온라인플랫폼 활용지원 - 온라인플랫폼 내 공동입점 및 공동마케팅 지원
수출 금융 지원	⑫ 무역 금융 지원 - 상품 수출에 필요한 자금을 저리로 융자
	⑬ 수출신용보증 지원 - 무역 금융 이용이 어려운 기업을 대상으로 연대보증 지원
	⑭ 수출 보험 지원 - 환율 및 가격변동 등 수출 여건을 고려한 수출 보험 가입비 지원

전략	주요 정책	중요도							시급성						
		낮음 ← 보통 → 높음							낮음 ← 보통 → 높음						
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
해외시장 개척	① K-Pet 수출 박람회 지원														
	② 국제시장발굴조사단 구성														
	③ 국제 상품 홍보지 제작														
	④ 박람회 등 지원사업														
무역 정보 제공	⑤ 정보조사 지원														
	⑥ 무역 정보시스템 구축·관리														
	⑦ 전문인력 양성														
수출 인프라 구축	⑧ 수출 물류비 지원														
	⑨ 상품연구개발 지원														
	⑩ 해외인증 등 현지화 지원														
	⑪ 온라인플랫폼 활용지원														
수출 금융 지원	⑫ 무역 금융 지원														
	⑬ 수출신용보증 지원														
	⑭ 수출 보험 지원														

F2. 국내 반려동물 연관산업 수출 활성화를 위한 추가적인 의견이나 건의하실 내용이 있으시면 자유롭게 기재하여 주시기 바랍니다.

♣ 응답해 주셔서 감사합니다.

- 관계부처합동(2023), 반려동물 연관산업 육성방안.
- _____ (2025), 지속가능한 산업생태계 조성을 위한 동물용의약품 산업 발전방안.
- 국가데이터처(각 연도), 광업제조업조사보고서.
- 국립축산과학원(2024), 반려동물 사료 영양표준.
- 김선희(2013), “반려동물 관련 소비실태 및 개선방안”, 시장조사, 13(12): 1-54, 한국소비자원.
- 김용상(1995), “미국의 육류수입제도 고찰”, 대한수의사회지, 31(3): 192-198, 대한수의사회.
- 김은지(2021), 반려동물용품산업 발전방향을 위한 연구, 농림축산식품부.
- 김현희(2017), 반려동물관련산업법 제정을 위한 기반마련 연구, 한국법제연구원.
- 농림축산식품부(각 연도), 예산 및 기금운용계획 사업설명자료.
- _____ (각 연도), 배합사료 생산실적.
- _____ (2014), 제1차 동물복지 종합계획(2015~2019).
- _____ (2016), 반려동물 보호 및 관련산업 육성 세부대책.
- _____ (2020), 제2차 동물복지 종합계획(2020~2024).
- _____ (2023), 반려동물 연관산업 육성대책.
- _____ (2024a), 수출협의회 활성화 사업 – 업종별 간담회 운영.
- _____ (2024b), 해외 수출 상담사업(2024) 공고문.
- _____ (2025), 제3차 동물복지 종합계획(2025~2029).
- 문대림 외(2025), 반려동물 연관산업의 육성 및 관리에 관한 법률(안).
- 박문수·이순학·민인식(2024), 국내 펫코노미 연관산업의 성장과 혁신방안, 산업연구원.
- 산업통상부(2024), 국내 바이오산업 실태조사 결과보고서.
- 유도일·문승우·문용식·양주영(2023), 반려동물 연관산업 실태조사, 서울대학교 산학협력단.
- 이영대(2016), 반려동물 연관산업 분석 및 발전방향 연구, 농림축산식품부.

이용건·황윤재·김경진·송우진·문홍성(2024), 반려동물 산업 조사체계 진단 및 실태조사, 한국농촌경제연구원.

이화영·김현욱·심훈섭·심준원·오민영·이혜원·전진경(2017), 반려동물 산업 활성화를 위한 소비자 진료비 부담 완화 방안연구 보고서, 농림축산식품부.

일본 농림수산성(2025), 수출확대 실행전략(2025 개정판).

전승훈·고명덕·박주현(2021), 반려동물 연관산업 성장의 고용효과, 한국노동연구원.

정민국·김동훈(2024), 반려동물 복지실태와 개선과제, 한국농촌경제연구원.

중소벤처기업부(2025), 2025년도 중소벤처기업부 소관 수출지원기반활용사업 수출바우처 참여기업 3차 모집공고.

지인배·김현중·김원태·서강철(2017), 반려동물 연관산업 발전방안 연구, 한국농촌경제연구원.

한국농수산식품유통공사(2024a), 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사: 펫푸드(반려동물 건사료)-미국.

_____ (2024b), 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사: 펫푸드(반려동물 건사료)-일본.

_____ (2024c), 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사: 펫용품(반려동물 의류)-미국.

_____ (2024d), 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사: 펫테크(반려동물 IoT)-일본.

_____ (2024e), 현지화 지원사업 가이드북.

_____ (2025), 2025년 농식품글로벌성장패키지 지원사업 모집공고.

한국무역보험공사(2025), 중소·중견 수출기업 지원제도 안내.

홍연아·박미성·윤찬미(2021), 식품·반려동물 신산업 분야 규제혁신 방안 연구, 한국농촌경제연구원.

황원경·이신애(2023), 2023 한국 반려동물 보고서, KB금융지주 경영연구소.

황윤재·박기환·박성진·박준홍(2023), 농식품산업 신성장동력 창출을 위한 펫푸드 산업 육성 과제, 한국농촌경제연구원.

FEDIAF(2024), Nutritional Guidelines.

Global Market Insight(2024), Pet Care Market Report 2023-2032.

OECD Agricultural Export Data(2023), 정책효과 분석 DB 모델.

Somers, J., O. Hauck, S. Khan, O. Capps, Jr & G. Williams(2022), Economic Impact Study of USDA Export Market Development Programs: Update of Previous 2016 “Economic Impact of USDA Market Development Programs” Study, IHS Markit.

- USDA FAS(2020), Japan Establishes Agricultural Export Expansion Strategy.
_____ (2021), Japan Releases Details on Agricultural Export Expansion Plan.
- <온라인자료>
- 관세청(<http://tradedata.go.kr>), 수출입무역통계, 검색일: 2025. 1. 10.
- 농림축산검역본부(<https://www.qia.go.kr>), 수출동물 검역정보 시스템-수출국별 검역 요건 DB, 검색일: 2025. 11. 23.
- 동물보호복지플랫폼([https://www.anyang.go.kr/animal/selectBbsNttView.do?key=4931&bbsNo=2077&nttNo=404390&searchCtgy=&searchKrnd=%EB%B9%84%EB%AC%B8&pageIndex=1&integrDeptCode="\), 검색일: 2025. 10. 11.](https://www.anyang.go.kr/animal/selectBbsNttView.do?key=4931&bbsNo=2077&nttNo=404390&searchCtgy=&searchKrnd=%EB%B9%84%EB%AC%B8&pageIndex=1&integrDeptCode=)
- 미국 농무부 해외 농업청(<https://www.fas.usda.gov/programs/market-access-program-map>), 검색일: 2025. 10. 7.
- 미국 사료관리협회 사료 가이드라인(AAFCO)(https://www.aafco.org/wp-content/uploads/2023/01/Model_Bills_and_Regulations_Agenda_Midyear_2015_Final_Attachment_A__Proposed_revisions_to_AAFCO_Nutrient_Profiles_PFC_Final_070214.pdf), 검색일: 2025. 10. 15.
- 미국 상무부 국제무역청(<https://www.trade.gov/market-intelligence/germany-pet-industry>), 검색일: 2025. 9. 24.
- 미국 식품의약국(<https://www.fda.gov/animal-veterinary/import-exports/exporting-animal-feed-and-animal-drugs>), 검색일: 2025. 10. 8.
- 미국 연방관보(<https://www.federalregister.gov/documents/2020/01/13/2019-27965/market-access-program>), Market Access Program, 검색일: 2025. 10. 8.
_____ (<https://www.federalregister.gov/documents/2020/01/09/2019-27964/foreign-market-development-program>), Foreign Market Development Program, 검색일: 2025. 10. 7.
- 미국 연방규정집 동물사료 라벨링 요구사항(Code of Federal Regulations, Title 21 Chapter I/ Subchapter E/Part 501)(<https://www.ecfr.gov/current/title-21/chapter-I/subchapter-E/part-501>), 검색일 2025. 10. 11.
- 미국 펫푸드협회(<https://www.petfoodinstitute.org/advocacy/global-trade/>), 검색일: 2025. 10. 7.

_____ ([https://www.petfoodinstitute.org/newsroom/pet-food-institute-announce s-1-4-million-in-market-access-program-map-funding](https://www.petfoodinstitute.org/newsroom/pet-food-institute-announce-s-1-4-million-in-market-access-program-map-funding)), 검색일: 2025. 10. 7.

식품의약품안전처, 식품·사료 표시 기준 고시, 검색일: 2025. 11. 13.

일본 JFOODO(<https://www.jetro.go.jp/en/jfoodo>), 산업별 Co-creation Forum 모델, 검색일: 2025. 11. 22.

수출지원기반활용사업 홈페이지(<https://www.exportvoucher.com>), 사업간 통합신청 구조 벤치마크, 검색일: 2025. 10. 25.

캐나다 농무부(https://publications.gc.ca/collections/collection_2017/aac-aafc/A74-3-91-2017-eng.pdf), Sector Trend Analysis: Pet Food Trends in Germany, 검색일: 2025. 9. 24.

한국무역보험공사(<https://www.ksure.or.kr>), 검색일: 2025. 10. 9.

American Pet Products Association(APPA)(<https://americanpetproducts.org/law-library/importing-pet-products-into-the-us-resources>), 검색일: 2025. 9. 24.

aT 수출종합지원시스템(<https://global.at.or.kr>), 검색일: 2025. 5. 13.

buyKOREA 홈페이지(<https://www.buykorea.org>), 검색일: 2025. 11. 24.

ITC Trade Map(<https://www.trademap.org>), 검색일: 2025. 5. 12.

JPFA(<https://nplantfactory.org/en/>), 공식가이드라인, 검색일: 2025. 11. 19.

<보도자료>

뉴스투데이(2025. 2. 14.), “[지금 일본에선(722)] 일본 농수산물 수출 역대 최고 기록”.

데일리벳(2022. 3. 7.), “2021년 국내 동물약품 시장규모 1조 3,481억 원…전년 대비 10% 증가”.

농촌진흥청 보도자료(2024. 10. 23.), “국내 실정 맞는 ‘반려동물 사료 영양표준’ 나왔다”.

산업통상부 보도자료(2023. 4. 26.), “중동국가 수출 장벽 해소, 통합(원스텝)으로 지원”.

aT Kati(2019. 9. 11.), “[비관세장벽이슈] 미국 FDA, 반려동물용 돼지 귀 제품 리콜”.

DataVerse E Inc.(2024. 12. 2.), “The Growth of Indian Pet Products Exports in 2024: Trends and Opportunities for Indian Exporters”.

Food Safety Einnews(2019. 8. 29.), “FDA halts the import of some pig ears; 35 states report human illnesses”.

Global Pets(2025. 3. 27.), “US pet food industry boosted by \$1.4 million USDA grant”.

PetFood Industry(2017. 7. 10.), “Diverse pet food market growth in Western, Eastern Europe”.

<법령>

동물보호법(시행 2025. 6. 21. 법률 제20581호, 2024. 12. 20., 탄핵개정).

식품산업진흥법(시행 2023. 6. 28. 법률 제19118호, 2022. 12. 27., 일부개정).

가축전염 예방법(시행 2025. 10. 1. 법률 제2165호, 2025. 10. 1., 탄핵개정).

사료관리법(시행 2024. 4. 25. 법률 제19752호, 2023. 10. 24., 일부개정).



www.krei.re.kr

한국농촌경제연구원

전라남도 나주시 빛가람로 601
T.1833-5500 F.061) 820-2211

