

우리와 “과학 기반한 프리미엄 펫푸드로 글로벌 시장 선도”

K-펫푸드 독립 연구시설 구축
연구·생산·검증 전 과정 내재화
‘제품품질 책임제’ 도입 신뢰성 확보
연구진·251개 항목 분석 역량 갖춰

펫푸드 전문기업 우리와주식회사(이하 우리와)가 연구개발부터 시제품 생산, 품질 검증까지 전 과정을 자체 수행하는 국내 최대 규모의 펫푸드 전문 연구소를 공식 출범시키며 산업 체질 전환에 나섰다.

우리와는 13일 서울 강서구 마곡 보타닉게이트 지식산업센터에서 ‘2026 우리와 펫푸드 연구소 개소식’을 열고, 독립 연구시설 구축을 통한 연구 인프라 내재화 전략을 공개했다. 이날 행사에는 최광용 우리와 대표이사(가운데 오른쪽) 및 관계자들이 테이프 커팅식을 하고 있다.

마곡 보타닉게이트 3층에 자리한 우리와 펫푸드 연구소는 전용면적 약 880 m²(266평) 규모로, 석·박사급 반려동물 영양학 전문 연구진 13명이 상주하는 국내 최대 수준의 전문 인력 기반 연구시설이다. 총 160억 원을 투자해 파일럿 익스트루더(Pilot Extruder)를 비롯해 G C-MS/MS, LC-MS/MS, ICP-OES 등 최신 연구·분석 장비를 갖췄다.

연구소는 원료 분쇄부터 제품 개발, 관



‘2026 우리와 펫푸드 연구소 개소식’에 참석한 최광용 우리와 대표이사(가운데 오른쪽) 및 관계자들이 테이프 커팅식을 하고 있다.

/우리와주식회사

능 평가, 위해요소 검증, 경시 평가까지 펫푸드 제조 전 과정을 아우르는 7개 전문 공간으로 구성됐다. 알반성분, 아미노산, 비타민, 무기물, 지방산 등 17개 그룹, 총 251개 항목에 대한 정밀 분석 역량을 확보했으며, 진류농약·곰팡이독소·중금속 등을 ppb 이하 수준까지 검출할 수 있는 글로벌 수준의 분석 체계를 구축했다.

핵심은 실제 생산 환경과 동일한 조건을 구현한 파일럿룸이다. 충북 음성에 위치한 연간 12만 톤 규모의 생산기지 ‘우리와 펫푸드 키친’과 동일한 공정 조건을 적용해 연구 결과를 즉시 생산 공정에 반영할 수 있는 ‘원스톱 시스템’을 완성했다. 이를 통해 제품 물성, 기호성, 영양 손실 등을 사전 검증하며 신제품 개

발 기간 단축과 품질 안정성을 동시에 확보한다는 전략이다.

이번 연구소 출범은 외부 기관에 의존해왔던 품질 검증 구조에서 벗어나 연구 개발과 품질 관리를 전면 내재화했다는 점에서 의미가 크다. 우리와는 ‘제품-기술-사람(Product-Technology-Human)’ 전략을 중심으로 데이터 기반 품질 관리 체계를 고도화하고, 반려동물 생애 주기와 라이프스타일에 최적화된 영양 솔루션 개발에 집중할 계획이다.

이날 김후덕 우리와 펫푸드 연구소장은 “그동안 국내 펫푸드 산업은 해외 기준과 기술, 데이터에 대한 의존도가 높았던 것이 사실”이라며 “한국 반려동물의 생활 반경과 특성에 맞춘 표준화된 연



우리와주식회사 연구원이 설비를 소개하고 있다.

/신원선 기자

구 환경을 구축했다는 점에서 의미가 크다”고 말했다. 이어 “장기적인 데이터 축적을 통해 글로벌 기준에 부합하는 혁신 제품을 선보이겠다”고 강조했다.

글로벌 시장 확대 전략도 병행한다. 우리와는 동남아시아를 중심으로 수출을 확대하는 한편, 지난해 12월 멕시코 등록을 완료하며 중남미 진출의 교두보를 마련했다. 현재 과테말라와 계약을 체결했고, 칠레 등 인접 국가로 상담을 확대 중이다. 유럽 진출을 위한 러시아 등록도 마바지 단계에 있으며, 중동에서는 이스라엘 등록을 완료했다. 미국 법인을 활용한 ‘남아 전략’ 역시 투트랙으로 추진한다.

최광용 우리와 대표이사는 “대한민국은 제조업 강국이지만 펫푸드 산업은 상

대적으로 경쟁력이 약했다”며 “연구소를 통해 축적된 데이터와 기술이 결합되면 펫푸드의 기준을 한 단계 끌어올릴 수 있을 것”이라고 밝혔다. 이어 “이 연구소는 단순한 기업 연구시설이 아니라 반려동물 산업 전반의 신뢰를 쌓는 인프라”라며 “과학에 기반한 세계적 수준의 프리미엄 펫푸드를 만들겠다”고 덧붙였다.

한편 우리와는 업계 최초로 전 제품에 생산자와 생산일을 표기하는 ‘전 제품 품질 책임제’를 도입하는 등 펫푸드 시장의 투명성과 신뢰도 제고에 앞장서고 있다. 연구소를 거점으로 글로벌 수출 비중을 지속 확대하며 펫푸드의 기술 경쟁력을 본격적으로 키운다는 구상이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

SPC그룹, ‘상미당홀딩스’ 출범… 지주사 체제 전환

글로벌 스탠다드 거버넌스 확립
창업정신 바탕, ESG 경쟁력 강화
계열사 독립적 경영으로 전문성 향상

SPC그룹은 13일 지주회사인 ‘상미당홀딩스(SMDH)’를 출범시키고 지주회사 체제로 전환한다고 이날 밝혔다.

이에 앞서 쥬파리크라상은 지난해 12월 31일 임시 주주총회를 열고, 지주회사인 ‘상미당홀딩스’와 사업회사인 ‘파리크라상’으로 물적 분할하는 안건을 의결했다.

지주회사 사명은 회사의 출발점이 된 ‘상미당(賞美堂)’에서 비롯됐다. 상미당은 1945년 고(故) 허창성 명예회장이 황해도 용진에 세운 빵집으로 ‘맛있고 좋은 것을 드리는 집’이라는 뜻이다. “수백만 개의 빵을 만들어도 고객은 하나의 빵으로 평가한다”, “빵을 나누면 끼니가 되고, 기술을 나누면 꿈이 된다”는 ‘상미당 정신’은 맛과 품질, 고객 신뢰, 나눔과 상생을 중시하는 경영 철학의 기반이 돼왔다. 상미당홀딩스는 이러한 창업 정신을 지주회사 체제의 중심 가치로 삼는다.

상미당홀딩스는 중장기 비전과 글로

벌 사업 전략 수립 등의 역할을 수행하며, 계열사가 본연의 사업에 집중할 수 있도록 지원한다. 이와 함께 준법·안전·혁신 등의 핵심 가치가 각 계열사에 일관되게 구현될 수 있도록 할 계획이다. 각 계열사는 자율과 책임에 기반한 독립적인 경영을 통해 전문성과 실행 속도를 높이고 경쟁력을 강화해 나간다. 이러한 기조에 따라 각 사의 브랜드 전략도 지주회사의 개입을 최소화하고, 개별 브랜드 중심의 커뮤니케이션 체계로 전환할 계획이다.

/신원선 기자

롯데마트, 스마트팜으로 채소값 잡는다

깻잎·오이 1000원대 판매

롯데마트가 계속되는 한파로 급등한 채소 가격 안정을 위해 이달 15일부터 스마트팜에서 재배한 깻잎과 오이를 합리적인 가격에 선보인다고 13일 밝혔다.

최근 영하 10도를 오르내리는 강추위가 지속되면서 냉해에 취약한 잎채소와 열매채소 가격이 들썩이고 있다. 서울 시농수산식품공사에 따르면 이달 초 가락시장에서 거래된 깻잎 도매가는 전년 동기 대비 51.1% 급등했으며, 오이 가격 역시 높은 시세를 유지하고 있다.

이에 롯데마트는 기상 여건에 구애받지 않는 스마트팜 채소를 대안으로 내놨다. 충남 금산과 부여 등의 농가에서 ICT(정보통신기술) 제어 시스템을 통해 재배



롯데마트가 스마트팜에서 재배한 깻잎과 오이로 물가 잡기에 나선다.

/롯데마트

한 ‘내일농장 깻잎(40g)’은 1900원, ‘스마트팜 오이(1개)’는 1190원에 선보인다. 이들 상품은 외부 환경과 상관없이 온도와 습도 등을 자동으로 조절해 품질이 균일하고 신선도가 높다. 롯데마트는 올해스 마트팜 채소 운영 물량을 전년 대비 약 20% 확대할 계획이다. /손종욱 기자 handbel@

멤버십 회원 대상, 한 단에 2990원

홈플러스가 지역 농가와 상생을 강화하고 장바구니 물가 안정에 기여하기 위해 이달 14일까지 ‘신안 자은도 대파’를 할인 판매한다고 13일 밝혔다.

이번 행사는 마이홈플러스 멤버십 회원을 대상으로 진행되며, 행사 기간 동안 자은도 대파를 한 단에 2990원에 구매할 수 있다. 이는 홈플러스가 지난해부터 꾸준히 추진해 온 지역 특산물 확대 전략의 일환으로, 농가에는 안정적 인 판로를 지원하고 소비자에게는 고품질의 농산물을 합리적인 가격에 제공하기 위해 기획됐다.

신안 자은도는 풍부한 일조량과 미네랄이 풍부한 해풍, 겨울철에도 비교적



홈플러스가 마이홈플러스 멤버십 회원을 대상으로 선보이는 신안 자은도 대파.

/홈플러스

온화한 기후를 갖춰 겨울 대파 재배의 최적지로 꼽힌다.

이곳에서 자란 대파는 매서운 해풍을 견디기 위해 스스로 당분을 축적하는 성질이 있어 일반 대파보다 단맛이 강하고 향이 진한 것이 특징이다.

/손종욱 기자

배달의민족

“마장동 투뿔 한우
집에서 받으세요”

마장축산물시장 업체 입점

우아한형제들은 국내 최대 축산물 도소매 시장인 마장축산물시장 업체들이 ‘배달의민족(배민)’ 장보기·쇼핑 서비스에 입점해 판매를 시작했다고 13일 밝혔다.

이번 입점으로 소비자들은 직접 시장을 방문하지 않고도 마장동의 신선한 한우를 집에서 편하게 받아볼 수 있게 됐다. 입점 업체는 열광한우, 유원미트, 신선설한우 등 7곳이며, 서울 대부분 지역(강서구, 금천구 등 일부 제외)에서 이용 가능하다. 운영 시간은 오전 9시부터 오후 5시까지다.

배민은 고객 부담을 줄이기 위해 일반 퀵서비스 대비 저렴한 배송 정책을 내놨다. 주문 상품은 퀵서비스로 배달되지만, 배달팁은 거리에 따라 최대 5000원 수준으로 책정했다.

판매 상품은 1인 가구를 위한 실속형부터 선물용까지 다양하게 구성했다. 1++ 등급의 차돌박이, 안심, 갈빗살 등을 5만 원 이하로 구성한 상품부터 안심·채끝 스테이크 세트 등 10만 원대 프리미엄 상품까지 용도와 예산에 맞춰 구매할 수 있다.

오픈을 기념해 오는 31일까지 특별 프로모션도 진행한다. 행사 기간에는 거리에 상관없이 배달팁을 3천 원으로 고정하며, 구매 금액에 따라 최대 1만 원 할인 쿠폰을 제공한다. 일부 업체는 7만 원 이상 주문 시 무료배달 혜택도 적용한다.

/손종욱 기자