

유산균·단백질·신선육으로 차별화… 프리미엄 펫푸드 뜬다

hy, 프로바이오틱스 기술 활용 대상, 건식·용품 등 제품군 확대 하림, 오리 등 신선 생고기 접목

반려동물의 고령화와 양육비 증가로 펫푸드 시장이 급격히 세분화되면서 국내 식품업체가 반려동물 먹거리 사업을 미래 성장 동력으로 삼고 역량을 집중하고 있다. 최근 반려동물을 단순한 사육 대상이 아닌 가족 구성원으로 인식하는 문화가 보편화됨에 따라 사료와 간식 역시 단순한 끼니 해결을 넘어 전문적인 건강관리 수단으로 바라보는 소비자가 크게 늘어난 영향이다.

이에 따라 주요 식품기업들은 기존 본업에서 오랜 기간 축적해 온 원료 수급력과 연구개발(R&D) 역량을 펫푸드 분야에 적극적으로 접목하고 있다. 특히 유산균, 단백질, 신선 육류 등 자사만의 특화된 핵심 원료를 바탕으로 제품 차별화에 나서는 모습이다.

hy(구한국아쿠르트)는 자사의 독보적인 프로바이오틱스 연구 역량을 반려동물 사업으로 확장했다. 펫 전용 브랜드 '펫쿠르트'



펫쿠르트 건강하게 프로젝트 알

트'를 통해 자체 개발한 특허 유산균을 적용한 반려견용 장 건강 및 체중 관리 제품을 선보였으며, 반려묘를 위한 산양유 기반 라인업도 추가했다. 지난 4월에는 제품 판매를 넘어 반려동물의 생애 전반을 케어하는 통합 플랫폼 '뉴도트'를 론칭하며 헬스케어 생태계 구축에 속도를 내고 있다.

대상그룹은 2023년 자회사 대상펫라이프를 설립하고 '닥터뉴토'와 '보사레기' 브랜드를 통해 건강기능식품과 간식, 용품 사업을 다각도로 전개 중이다.

닥터뉴토는 프로틴 드링크, 기능성 주식, 영양 간식 등을 갖추고 있으며, 최근에는 상어 연골 분말과 해조 갈슘을 활용한 관절 건강 영양제를 출시하는 등 기능

성 제품군을 지속해서 확장하고 있다. 이러한 라인업 강화에 힘입어 지난해 대상 펫라이프의 매출은 전년 대비 약 25% 증가하는 성과를 거뒀다.

기존 식품 사업의 핵심 원료를 펫푸드로 전환해 시장을 선도하는 기업들도 있다. 동원F&B는 자사의 강점인 참치를 핵심 원료로 활용해 2014년 펫푸드 브랜드 '뉴트리플랜'을 출범시켰다. 이후 습식캔부터 건식 사료, 간식까지 제품군을 공격적으로 넓혀왔다.

하림그룹 역시 육류 사업의 노하우를 살려 하림펫푸드를 통해 닭, 오리 등 신선한 생고기와 소고기, 연어를 주원료로 한 제품을 선보이며 프리미엄 펫푸드 시장에



/hy 대상펫라이프 닥터뉴토, 고양이 전용 영양 관리 신제품 3종

/대상

서 입지를 다지고 있다.

최근에는 반려동물의 고령화 트렌드와 맞물려 생애주기별 맞춤형 케어 및 초개인과 기술로까지 시장이 확대되는 추세다. 풀무원은 올해 펫푸드 사업을 총괄 CEO 직속 미래사업부문의 '신성장 SBU' 주력 사업으로 전격 재편했다. 이어 7세 이상 노령견을 겨냥해 씹기 편한 부드러운 제형의 간식 2종을 선보였으며, 노령견의 체중 관리와 영양 보충을 위해 L-카르니틴, 이눌린, 타우린 등 맞춤형 원료를 정교하게 설계했다.

나이가 IT 기술을 결합한 맞춤형 영양 솔루션도 등장했다. 스타트업 프레스이워는 반려동물의 연령, 활동량, 알레르기 유

무 등의 데이터를 인공지능(AI)으로 분석해 개체별 최적화된 영양 구성과 식단을 제안하고 정기 배송하는 서비스를 제공한다. 펫푸드 시장이 일반 사료 중심에서 관찰·피부·눈 등 고민별 기능성 제품, 생애주기별 맞춤 제품, AI 기반의 개체별 초개인화 제품으로 한 단계 진화했음을 보여주는 사례다.

농식품부 조사 결과, 2024년 반려동물 한 마리당 월평균 양육비는 14만 2000원으로 전년 대비 약 1만 6000원 증가했으며, 이 중 반려견의 월평균 양육비는 17만 5000원에 달했다. 양육비 증가와 더불어 해외 진출도 활발해져 같은 해 국내 펫푸드 수출액은 전년보다 7.4% 증가한 1억 6090만 달러를 기록했다.

업계 관계자는 "펫푸드가 기존 단순 사료에서 건강 상태와 생애주기를 고려한 맞춤형 제품으로 이동하고 있다"며 "식품 기업들은 기존 원료 경쟁력과 R&D 역량을 바탕으로 차별화된 제품을 개발하며 펫푸드 시장에서 새로운 성장 기회를 찾고 있다"고 말했다.

/신원선 기자

tree6834@metroseoul.co.kr



보령, 영업·마케팅 떼고 '파마솔루션' 설립

전문 의약품 영업·마케팅 물적분할 1위 커머셜 플랫폼 구축 목표

오는 2027년 창립 70주년을 맞이하는 보령이 100% 완전 자회사로 커머셜 전문법인 '보령파마솔루션'을 설립한다. 핵심 유통 전략, 생산·연구개발(R&D), 우주 생명과학 연구 등 3대 성장 축을 중심으로 사업 구조를 재편해 국내외 제약바이오 시장 공략에 박차를 가한다.

보령은 15일 이사회를 통해 전문 의약품 영업·마케팅 부문을 독립시켜 물적분할을 결의했다고 밝혔다. 보령파마솔루션은 오는 10월 주주총회 승인을 거쳐 2027년 1월 공식 출범한다. 이 신설법인인 전문 의약품 국내 영업·마케팅 인프라를 전담한다. 특히 보령파마솔루션은 국내 제약 시장

점유율 10% 돌파를 최우선 과제로 내걸었다. 자체 제품 판매에 그치지 않고 국내외 블록버스터 품목을 적극 도입해 포트폴리오를 다각화한다. 품목 확대와 전문성 강화로 '국내 1위 커머셜 플랫폼'을 구축한다는 복안이다.

인력 유출 방지 및 고용 안정성 제고 대책도 마련됐다. 영업·마케팅 및 경영지원 인력은 근로조건 변동 없이 전원 이관되며 업계 최고 수준의 보상 체계와 성장 프로그램이 도입된다.

이와 함께 보령은 주력 사업인 '생산·R&D' 및 미래 신사업인 '우주 생명과학 연구'에 집중한다. 생산·R&D를 통해서는 '글로벌 필수 의약품 전 생애주기를 책임지는 Essential Pharma Company'로도 약한다는 방침이다. 우주 생명과학 연구

에서는 '우주 생명과학 R&D를 하고자 하는 국내외 기업의 필수 관문'으로 거듭난다는 구상이다.

보령 김정균 대표는 "커머셜 전문화를 위한 보령파마솔루션 출범은 각자가 가장 잘하는 영역에 집중해 더 크게 성장하기 위한 것"이라며 "향후 매각이나 분할 상장 등 내외부에서 제기할 수 있는 우려에 대해서는 전혀 계획이 없다"고 강조했다.

또 김 대표는 "보령이 지분 100%를 보유하는 완전자회사로서, 보령의 핵심 성장축으로 함께 키워나갈 것"이라며 "영업·마케팅의 전문성으로 승부하고 최고의 영업·마케팅 인재가 모이는 회사로 만들어, 대한민국 제약 산업 내 압도적 1위 도약의 동력으로 삼겠다"고 덧붙였다.

/이청하 기자 mlee236@

택시기사 96% 배뇨장애… 전립선 관리 강조

동국제약 '카리토폠펙', 개선 도움

동국제약이 장시간 운전 등으로 인해 발생 가능한 배뇨 장애와 전립선 비대증에 대한 선제적 관리 필요성을 알렸다.

동국제약은 한국리서치에 의뢰해 진행한 '택시 운전자' 배뇨장애 실태 조사 결과를 15일 공개했다. 택시 운전자 640명 중 96.2%가 최근 한 달간 최소 한 가지 이상의 배뇨장애 증상을 겪은 것으로 집계됐다.

국제전립선증상점수(IPSS) 기준, 일상에 지장을 주는 '중간 이상' 증상 비율은 49.3%로 2명 중 1명꼴에 달했다. 연령별로는 40대 38.0%, 50대 52.3%, 60대 53.3%로 50대를 기점으로 과반을 넘어섰다.

이와 관련 동국제약 관계자는 "전립선 비대증은 방치 시 신장 기능 저하나 요로 감염 등 합병증으로 이어지는 진행성 질환"이라며 "조기 증상이 나타나는 40대부터 지속적인 관리가 요구될 수도 있다"고 설명했다.

실제로 동국제약은 카리토폠펙(사진)을 보유하고 있다. 해당 약물은 독일에서 개발된 생약 성분의 전립선 비대증 개선제다. 쿠크르비트종자유엑스(서양호박씨오일 추출물) 등을 처방에 야노, 잔노, 빈노 등 배뇨장애 개선에 도움을 줄 수 있다. 국내 식품의약품안전처에서 일반 의약품으로 그 효능과 효과를 허가받았다.

/이청하 기자



CJ올리브영 셀카 한장만 찍으면 피부상태 맞춤 분석

오프라인 매장에서만 경험할 수 있던 전문 피부 분석 서비스가 손안의 모바일 화면 속으로 들어왔다.

CJ올리브영은 스마트폰으로 간편하게 피부 상태를 측정하고 맞춤형 제품과 스킨케어 루틴을 추천받을 수 있는 '모바일 피부 진단 서비스'를 공식 공개한다고 15일 밝혔다.

이번 서비스는 올리브영 주요 매장에서 운영해 온 체험형 전용 기기 '스킨스캔'을 모바일 앱으로 그대로 구현한다. 언제 어디서나 스마트폰 셀카 한 장으로 셀프 관리를 이어갈 수 있게 됐다.

앱에서 간단한 문진을 마친 뒤 얼굴을 촬영하거나 사진을 업로드하면 AI가 피부 유형은 물론 모공, 주름, 수분·유분 밸런스 등을 다각도로 분석한다.

/이청하 기자

셀트리온, 짐펜트라 美 고용량 임상4상 돌입

처방 저변 다각화

셀트리온은 '짐펜트라(렙시마SC 미국 제품명)'의 240mg 고용량 투여 근거 확보를 위한 미국 임상 4상 임상시험계획서(IND)를 미국 식품의약국(FDA)에 제출했다고 15일 밝혔다.

이번 임상은 미국 자가면역질환 시장에서 짐펜트라 처방 저변을 다각화하고, 제품 경쟁력을 한층 더 차별화하기 위한 중장기 성장 전략의 일환이다.

이번 미국 임상은 미국 내 55개 기관에서 총 447명의 크론병(CD) 및 궤양성 대장염(UC) 환자를 대상으로 진행된다. 구체적으로는 인플릭시맵 정맥주사(IV) 제형 고용량 투여군과 짐펜트라 240mg 간의 비열등성을 비교 입증해, 향후 짐펜트라 고용량 투여에 필요한 객관적 임상 데이터를 확보하는 것이 목적이다.

셀트리온은 이번 임상을 통해 향후 짐

펜트라 고용량 투여에 요구되는 객관적이고 신뢰도 높은 임상 데이터를 선제적으로 확보한다는 방침이다.

셀트리온은 이번 미국 4상 임상을 통해 240mg 고용량 투여 데이터를 확보함으로써, 미국에서도 기존 120mg과 함께 환자 맞춤형 '투 트랙' 처방 체계를 본격화한다는 방침이다.

처방 용량 다변화와 더불어 짐펜트라 처방 시장 규모를 극대화하기 위한 적응증 확장 작업도 병행하고 있다. 셀트리온은 짐펜트라 처방 환자군 확대를 목표로 류마티스 관절염(RA) 적응증 추가를 위한 글로벌 임상 절차를 병행하고 있다. RA는 미국 내에서도 환자 수가 많고 전체 자가면역질환 시장에서 큰 비중을 차지하는 대표적인 대형 적응증이다.

짐펜트라는 올해 상반기 매출 995억원을 기록하며 전년 동기 대비 176.4% 급증했다.

/이세경 기자 seilee@

이동훈 사장, 자사주 1000주 추가 매입

(SK바이오팜)

기업 가치 자신감 드러내

SK바이오팜 이동훈 사장(사진)이 지난 11일 자사 주식 1000주를 추가 매입했다고 15일 밝혔다.

취득 평균 단가 7만8800원으로, 총 약 7900만원 규모의 자사주식 취득이 이뤄졌다. 지난달 27일 회사 주식 2000주 매입에 나선 지 보름 여만의 추가 매수로, 단기간에 자사주 3000주를 사들인 셈이다.

지난달 27일 이동훈 사장과 같은 날 자사주 500주를 매입했던 유창호 전략부 문장 역시 같은 날 500주를 취득 평균 단가 7만9087원에 추가 매입하며 보유 자사주식을 늘렸다.

주요 경영진 두 명이 짧은 기간 사이 나란히 추가 매입에 나선 것은 중장기 성장



전략과 기업가치에 대한 자신감, 그리고 책임 경영을 실천하겠다는 의지를 나타내는 차원이라고 회사는 설명했다.

SK바이오팜은 지난달 오파칼림 관련 독점적 라이선스 계약을 체결하며 세노바 메이트에 이은 차세대 파이프라인 확대를 추진하고 있으며, 이를 글로벌 신약 후보로 개발하기 위한 노력을 지속하고 있다. 오파칼림은 선택적 칼륨 채널 Kv7 활성제로, 현재 성인 부분발작(POS) 치료제로 개발되고 있다. 임상 및 허가 절차가 계획대로 진행될 경우 SK바이오팜은 이르면 2029년 중 미국 시장 출시를 목표로 하고 있다.

/이세경 기자 seilee@