

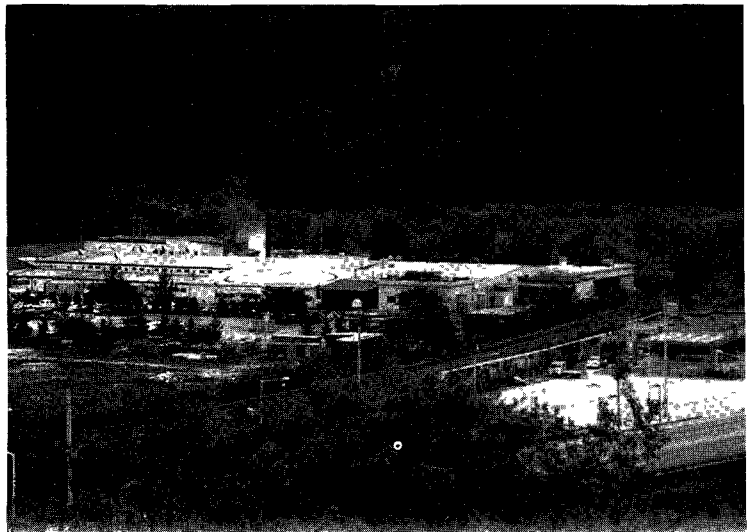
# 위생과 환경을 중시, 깨끗한 21C 마니커로 거듭나

□ 취재/김동진 기자

## 1. (주)마니커 탄생

1998년 12월 4일 (주)대연식품(대표 한형석)은 창립 13주년 및 (주)마니커 탄생 기념식을 갖고 (주)마니커의 출범을 공식 선언하였다. 이로써 지난 1985년에 설립되어 종계장에서 유통에 이르기까지 육계계열화산업 발전의 한 부분을 차지해 온 (주)대연식품이 정통계열업체로 자리잡아온 대상마니커와 하나로 합쳐지면서 명실상부한 국내 육계업계의 정상기업으로 군림하게 되었다. 따라서 (주)마니커는 외형에 걸맞게 공격적인 경영전략을 바탕으로 2천년대의 새로운 도약이 예상되고 있다.

(주)마니커는 동두천도계장, 용인도계장 및 경산육가공공장을 중심으로 도계, 육가공사업, 유통사업, 외식사업을 통



△ 국내 계열화사업의 원천인 동두천 도계장-(주)마니커는 동두천 도계장을 흡수하면서 1일 15만수를 도계할 수 있는 규모를 갖추게 되었다

해 소비자들의 구미에 맞는 닭고기 공급체계를 이룩함은 물론 완벽한 계열화사업을 이루기 위해 용인 사무실에 대연마니커농산(대표이사 상무 신현구)을 두고 종계, 부화, 사육을 전담시킴으로써 계약농가들의 복지는 물론 이들로 하여금 깨끗하고 위생적인 계

육원료를 제공할 수 있는 기틀을 마련하고 있다.

## 2. 대상마니커 인수 및 사업규모

대상마니커는 IMF이후 구조조정 차원에서 대상그룹의 내실화를 꾀한다는 방침을 확

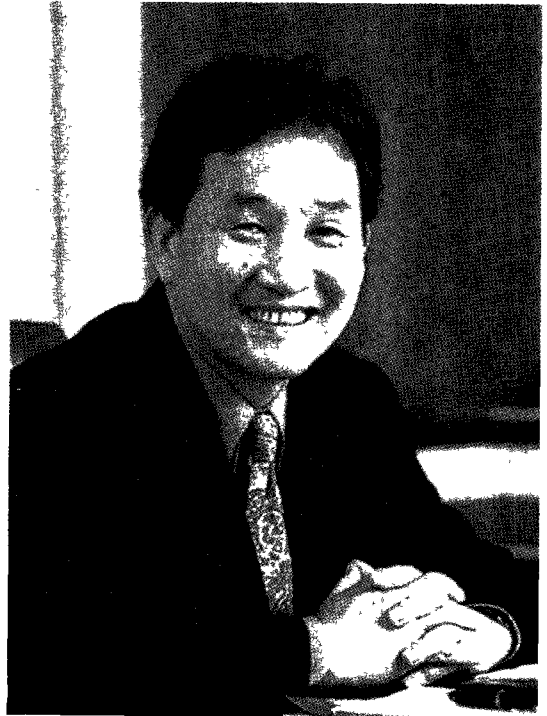
정 짓고 마니커 브랜드의 이미지를 그대로 유지, 발전시키면서 본 사업을 이끌어 갈 수 있는 파트너를 찾아오던중 내실위주의 경영으로 업계 중상위업체로서 탄탄한 기반을 닦아온 (주)대연식품과 인수사를 타진해 왔었다.

이에대해 (주)대연식품에서는 IMF 체제하에서 적지 않은 부채를 안고 인수를 추진한다는 것이 다소 무리가 따르지 않느냐는 시각도 있었지만 높은 브랜드의 인지도를 획득하고 있는 마니커를 흡수시켜 기존의 제품과 접목할 경우 유,무형적인 상승효과가 매우 높을 것으로 판단했으며, 어느 업체도 마니커를 인수하지 않을 경우 마니커의 상표가 소멸되는 것은 물론 동두천의 공장 또한 위탁도계장으로 전락, 시장 전체의 퇴보로 이어질 위험을 안고 있다는 사실을 직시하고 지난해 8월부터 검토작업에 들어가 10월 14일 117억원의 좋은 조건으로 인수를 하게된 것이다.

이번에 인수한 인수시설을 보면 동두천 도계장, 당진의 세류리 부화장 및 봉성리 종계장과 대호지 종계장, 포천의 고모리 중추장 등이 있고 마

니커 상표와 영업권을 추가로 인수함으로써 (주)하림에 이어 2위 업체로 부상하게 되었다. 규모로 볼 때 종계사업은 1년에 4천만개의 생산능력을 갖추게 되었고, 부화시설은 주당 973,600만개로 초생추 생산이 연간 4천5십만수의 생산능력을 갖추게 되었으며, 180

개의 계약농가에서의 사육규모가 540만수 규모로 연간 3,200만수의 생산능력을 갖추게되었다. 노계능력은 1일 8시간 기준으로 15만수를 도계할 수 있으며 육가공사업은 연간 2,640톤의 생산능력을 갖추게 되었고 체인점 170개의 (주)한마음 유통, 체인점 164개의 대전 멕시칸 및 마니커 플라자와 대전삼계탕 등의 직영점까지 갖춤으로써 사육에서 부터 유통에 이르기까지 완전 수직계열화 체계로 국제경쟁력을 키워갈 수 있는 기반을 조성



△ 한형석 (주)마니커 대표

하였다. 따라서 외형적으로 보면 1985년 설립 당시 보다 부지는 84,900평으로 74배, 인원은 430명으로 9.5배, 매출은 850억원으로 1,800배의 급성장률을 보인 것으로 발표하고 있다

### 3. 마니커의 밑거름이 된 (주)대연식품과 새물내

(주)마니커로 상호가 변경된 (주)대연식품은 지난 1985년에 설립되어 1986년부터 용인시 고림동에 시간당 6,000수를 도

계할 수 있는 도계장을 준공하고 본격적인 도계육을 생산하기 시작하였다.

그 이후 1990년 육계계열화사업 업체로 선정되면서 1993년 용인시 백암면에 부화장을 준공, 가동에 들어갔으며 1994년에는 경북 경산에 육가공공장 준공, 1995년에는 용인시 백암면에 종계장을 준공하면서 종계부터 유통에 이르기까지 내실있는 경영을 통해 사업을 확장해 갔다.

이를 인정 받아 1996년에는 경기도에서 선정하는 유망중소기업으로 선정되었을 뿐 아니라 같은해 경기도 중소기업대상을 수여받음으로써 육계계열화업체로 손색없는 경영마인드를 인정받았다.

마니커를 인수한 후 지난해 11월에는 상공회의소에서 우수 유통기업에게 수상하는 한국유통대상 특별상을 수상하는 영예를 얻어 앞으로의 사업 비전을 밝게했다.

한편, 이번에 (주)마니커로 합병된 대상마니커는 1984년 당시 국내에서는 처음으로 계열화사업의 효시로 등장한 천호인티그래이션(주)로 출발하여 1986년 순수 국산 닭고기인 마니커를 국내 최초의 닭

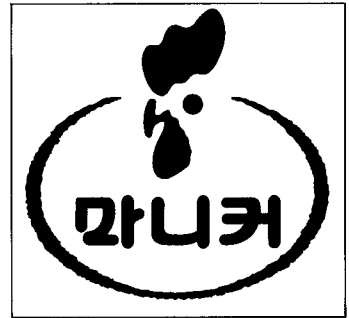
고기 브랜드로 소비자들에게 인식시키면서 닭고기 소비 증가를 일으키며 육계산업의 큰 획을 긋는데 중요한 역할을 담당하였다.

그러나 1994년 경영부실 등 우여곡절 끝에 대기업체인 미원그룹에 인수되면서 대상 마니커로 다시 재기를 노렸으나 IMF 이후 경영의 어려움으로 결국 국산종계육종개발사업까지 포기하기에 이르렀고 구조 조정의 여파로 (주)대연식품에 인수되는 운명을 맞게된 것이다.

이로써 마니커는 '사람은 죽어서 이름을 남기고 호랑이는 죽어서 가죽을 남긴다'는 격언에 걸맞게 양계업계에서 이름을 남기고 사라진 유일한 닭으로 기록될 것이다

#### 4. 계열화사업 정착을 위한 경영전략

(주)마니커는 마니커의 높은 브랜드 인지도와 한결 강화된 생산능력 및 영업력을 바탕으로 금년부터 본격적인 마케팅에 나서 연간 매출액 1천억원대의 메이저급 육계업체로 도약하는 것을 목표로 삼고 있다



△ (주)마니커를 대표하는 심볼마크

이를 위해 (주)마니커는 생산성 향상과 양질의 닭고기를 소비자에게 공급하는 것을 최우선 목표로 삼고 보다 튼실한 기업을 바탕으로 계약사육 농가들에게는 안정적인 소득보장을 기할 수 있을 것으로 자신감을 비추고 있다.

한사장이 가장 자신있게 내세우고 있는 강점은 대규모 자산을 유리한 조건으로 인수함에 따라 궁극적으로 생산원가의 절감을 달성함으로써 타 경쟁업체중 가장 저렴한 계육을 생산하는 업체로 부각되었다는 것이며, 또한 2개의 공장을 소유하게 됨으로써 내수와 수출시장 공략을 위한 거점으로 활용할 수 있으며 농가들로부터의 운송거리를 최소화할 수 있어 생산성 향상을 기할 수 있다고 설명하고 있다

또한 (주)마니커는 과거의

자금력을 앞세운 물량경쟁에서 기술력 및 전문 계열화 체계를 기반으로 한 경쟁체제로 선회할 것이며, 이제는 하림에 이어 업계 2위로 올라섬으로써 적극적인 마케팅 경쟁에 나서 소비자 인식의 변화를 유도, 하림 등 주요업체들과 함께 업계 전체의 발전에 기여하는 계기를 삼겠다는 각오를 보이고 있다.

(주)마니커에서 생산되는 제품으로는 통닭, 가슴살, 안심, 다리살, 복채, 날개, 튜립 등이 있고 육가공품은 닭불꼬치 등 30여 제품에 이르고 있으며 소비자가 찾을 수 있는 주력 상품을 개발하여 시장점유율을 높여갈 예정이다.

현재 사료부분만 확보하게

되면 완전 수직계열화가 가능하지만 국내 여건상 기존의 사료회사들이 충분한 물량을 공급하고 있는 상황에서 중복 투자를 할 경우 업계 전반적인 상황에 부합되지 못한다는 생각에 따라 기존 공급업체를 선정, 마니커 사료를 OEM 방식으로 공급한다는 전략을 세우고 있다.

이와 관련해 한형석 사장은 생산비의 가장 큰 부분을 차지하고 있는 사료에 있어서 각 사료회사들이 사료의 질을 향상시키기 위해 더욱 노력한다면 충분히 생산비를 낮출 수 있을 것으로 보았다.

그 예로 육계산업이 과거 사료요구율에 있어서 2.0에서 최근에는 1.87 정도까지 낮아져

발전은 거듭하고 있지만 이는 사료의 질이 좋아서 이루어진 것이 아니라 사육환경과 관리의 개선을 위해 계열업체들이 무던한 노력이 뒷받침되었음을 강조하고 사료, 약품업체들이 서로 동반자적인 입장으로 힘을 기울인다면 지금보다 생산성을 더욱 향상시킬 수 있는 여지가 충분히 있음을 내비추었다.

## 5. 적극적인 사고로 기회를 잡아야 할 때

(주)마니커의 대표를 맡고 있는 한형석 사장은 지난 1976년 슈퍼마켓을 경영한 경험이 있고 한때는 설계사무실에도 몸을 담은 바 있다.

육계계열화 사업에 관심을 갖게 된 것은 패스트푸드 식품으로 닭고기가 가장 적격이라는 확신을 갖고 이를 추진하게 되었는데 1985년 (주)대연식품을 설립, 꼬치를 중심으로한 다양한 닭고기 상품을 개발하기 시작하여 인수전까지 '새물내'의 고유 브랜드를 통해 위생적이고 깨끗한 닭고기 생산의 이미지를 부각시켜 왔다.

(주)대연식품의 고유브랜드



△ 이번에 인수한 당진의 세류리부화장 전경 이외에 당진에 위치한 봉성중계장, 대호지육종 농장도 함께 인수하였다

었던 새물내는 (주)마니커의 전격 출범으로 역사속으로 사라지게 되었지만 여전히 한사장에게는 동반자로 함께한 새물내에 대해 정감이 있는 상표로 회고하고 싶어한다.

현재 (주)마니커의 계약농가 사육규모는 평균 3만수로 처음 계열화를 시작할 때 3,000수에서 10배 이상의 성장을 해왔음을 직시하고 앞으로도 그 규모는 더 늘 것으로 보았다.

(주)마니커가 구상하고 있는 것은 현재 180 농가의 계약사육 농가를 전업농가로 육성, 시설은 물론 사양 관리에 이르기까지 전문성을 길러 농가당 6만수까지 키워갈 예정을 갖고 있다.

이로 인해 자체 사육비율을 충분히 공급할 수 있는 체제를 세우고 앞으로 닭고기 소비가 늘어날 경우 현재는 1회전으로 공장 가동율이 낮지만 언제든지 2회전까지 가능한 시설을 갖

추고 있으므로 생산성 향상을 기할 수 있을 것으로 보고 있다

한사장은 최우선적으로 120호에 달하는 기존 마니커의 계약농가에 대해서는 재계약을 전제로 피해가 돌아가지 않도록 조치를 취하였으며, 중소기

그러나 한형석 사장은 지난해 말과 같은 심각한 외환위기에서는 가까스로 벗어난 듯 싶지만 아직도 IMF 체제라는 길고도 어두운 터널을 통과하고 있는 만큼 비전을 가지고 이겨나갈 경우 좋은 결과가 있을 것으로 예견하였다

이처럼 고객, 양축농가, 근로자가 주인인 마니커, 온 세계 인류가 애용하는 마니커, 위생과 환경을 중시한 깨끗한 21C 마니커로 거듭날 수 있도록 최선을 다할 것을 직원들은 물론 계약 농가들에게 항상 강조하고 있다

한형석 사장은 마지막으로 경제 위기로 인해 어려움만을 내세워 마냥 움추리고 있는

것은 양계인들에게 도움될 것이 없다고 강조하고 '적극적인 사고를 가지고 행동하는 자만이 기회가 올 수 있음'을 알아야 할 때임을 강조했다. **양계**



△ (주)마니커의 전격 출범으로 '새물내' 브랜드가 사라지고 마니커로 상표가 바뀌었다

업이 대기업을 인수하다보니 경영체제를 바꾸어 나가는 것이 가장 큰 걸림돌로 작용했지만 직원들의 협조로 순조로운 기반을 잡아가는데 성공하였다고 설명하고 있다.