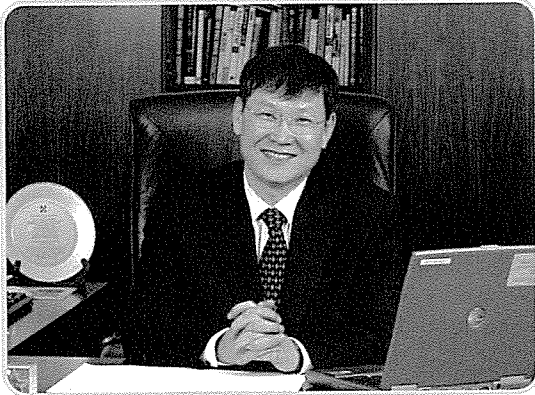


(주)애그리브랜드 퓨리나코리아

‘안전’ 마인드로 축산가와 함께 윈윈 -고객 사랑, 직원 사랑으로 엮어온 40년



「취재」 오세진



▲ 정학상 사장

책 첫 장에 안전수칙과 행사장의 대피경로에 대한 안내가 실려 있다.

소방서 등 관공서 책자가 아닌, 국내 사료산업 성장과 함께해 온 종합축산회사 에그리브랜드 퓨리나코리아-카길코리아 창립 기념행사 핸드북.

이뿐 아니라 퓨리나코리아의 모든 회의는 비상구 안내로부터 시작한다.

말로만 '안전'이 아닌, 생활 속 뿌리 깊게 자리 잡은 '안전' 마인드를 엿볼 수 있는 대목이다.

한국 축산업 발전 주도적 역할 '자부심'

퓨리나코리아는 1967년 국내에 진출, 뒷마당에서 부업으로 가축을 기르던 수준의 사료 및 축산업계가 발전하는데 공헌했기에 이러한 '역할'에 대한 자부심은 대단하다.

지금이야 연간 100톤 이상, 200여 종류에 달하는 사료를 생산하고 있지만 첫째 2만5천여t을 비롯해 5만t, 10만t 등 커가는 시장을 따라간 것이 아니고 리드한 부분에 대해 뿌듯해 하고 있다.

이에 에그리브랜드 퓨리나코리아와 카길코리아 창립 각 40주년, 20주년을 축하하기 위해 '2007 회계연도 캔코리아 사업전진대회'를 지난 8일 서울

쉐라톤 워커히 호텔에서 축산생산자단체, 학계, 언론 등 1천여명의 국내·외 관계자들이 참석한 가운데 성대하게 개최했다.

캔코리아는 지난 2001년 5월 합병한 퓨리나코리아와 카길코리아를 총칭하는데, 이들의 합병은 강세를 보였던 퓨리나의 영업, 마케팅, 서비스 분야와 카길의 농업 분야, 세계최대의 연구농장 등이 합해진 시너지 효과를 내고 있다.

특히 2007년 이들 두 회사가 완전한 하나의 회사로 출범함에 따라 관련 업계의 관심이 집중되고 있다.

사료산업 외길 40년

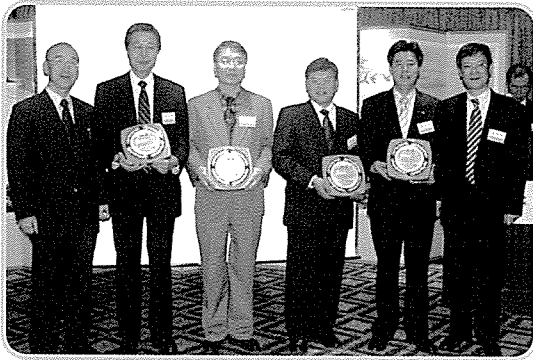
퓨리나코리아는 오직 사료에만 올인, 고객 농장의 발전만을 추구하며 계열농장을 따로 두지 않고 유통, 연계 비즈니스쪽에 집중도를 높이고 있다는



▲ 2007 회계연도 캔코리아 사업전진대회

것이 관계자의 설명.

특히 양돈장 개체기록관리 및 생산성·수익성 분석을 위한 돈컴21 프로그램, 양돈장의 경영분석 및 수익성 개선방안 수립을 위한 e팜책 프로그램, 낙농장 개체관리, 성적분석 등을 위한 파워밀텍21 프로그램, 육우비육, 한우번식, 한우비육 농장분석을 위



▲ 2005년 문화재단 시상식

한 비프텍21, 양계장의 계군, 산란성적을 기록하는 에그텍21 프로그램 등 1~2년마다 업그레이드 하고 있는 농장관리 프로그램은 탄탄한 구성으로 퓨리나 본사에서 성공사례로 꼽힐 정도다.

이렇듯 농가 컨설팅에서부터 환경 관리도 책임져야 한다는 사명감에 '퓨리나 사료'가 아닌 '퓨리나 프로그램'이라고 부르고 있다.

1894년 윌리엄 H. 덴포드에 의해 미국 미주리주 세인트 루이스에 설립된 랄스톤 퓨리나는 사료산업의 불모지와도 같았던 한국에 진출했지만, 이제 한국지사는 훌륭한 인재를 바탕으로 사업을 잘 하기도 유명하다.

중국 11개 오퍼레이션 사장이 모두 한국인이며 인도, 필리핀, 베트남 등에서도 중역을 맡고 있어 '아시아 인재 허브'로 자리 잡았다.

서운영 홍보이사는 "직원들이 관련분야에 대해 전문지식을 갖췄을 뿐 아니라 회사에 대한 몰입도(?)가 남달라 아무래도 질적으로 앞설 수 밖에 없다"고 자신 있게 말한다.

회사에 '몰입' 하는 직원들

회사에 만족을 넘어 몰입을 할 수 있게 만드는 요

곳곳이 서 자	팔 짝 웃 자
깊 게 생각하지	땀땀이 실 자

인은 무엇일까.

퓨리나는 EES(Employee Engagement Survey, 종업원 몰입도 설문)를 정기적으로 실시, 300여 직원들의 요구와 만

족도 등을 분석하며 실적 위주가 아닌 질적인 만족을 추구하려 한다.

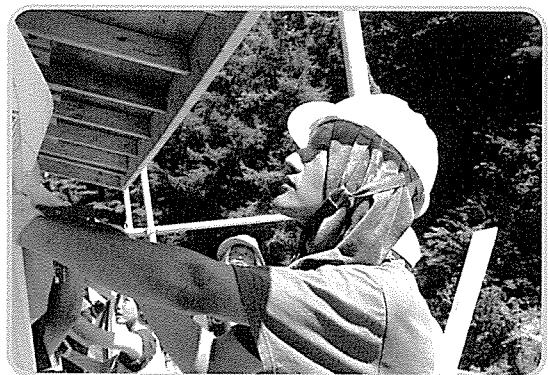
최근 열린 창립기념행사 핸드북에 본사 뿐 아니라 각 영업점 사원들에게 앞으로의 꿈 및 비전에 관한 응답을 실어놓았는데 한결같은 목소리가 '회사와 함께 성장하는 것'이었다.

직원들이 혹시라도 채용기회가 있으면 주변에 적극 권유하는 등 홍보대사로 활동하고 있으니 열정을 알만하다.

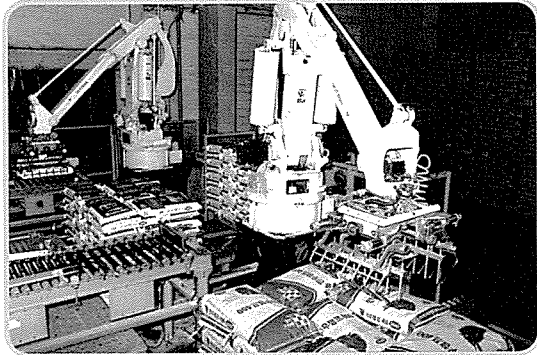
이들이 몰입하는 데는 경영진과의 거리, 동료들과의 거리를 좁히는 통로도 한 몫을 했다.

분당 본사를 포함해 송탄, 군산, 정읍, 김해 등 각 공장들마다 동아리가 있어 서로의 관심사를 나누고, 웹 매거진인 Checker Plaza에는 각 지역의 따끈따끈한 소식을 공유하는 등 '퓨사모'들이 활동하고 있다.

연수원인 리더십 센터에서는 직원을 위한 각종 교육 프로그램과 판매과장, 특약점 사장을 위한 교



▲ 해비타트 운동



▲ 자동 포장 로봇

육, 나아가 고객을 위한 여성 낙농대학과 양돈 최고 경영자 과정을 운영하는 등 인재 양성에 중점을 두고 있다.

정확상 사장은 매달 한번씩 공장을 방문, 직원들과 함께하는 자리를 마련하는 것을 공식 일정으로 잡아놓고 있을 정도다.

고객과 함께하는 뉴 비전

퓨리나코리아는 2001년부터 오는 2010년까지 '세계 최고의 종합축산 회사'가 된다는 비전과 '차별화된 가치창조로 풍요로운 삶을 추구한다'는 미션을 정해놓고 있다.

지난 시장점유율을 2002년 6.7%, 올해 8.0%,



▲ 우수농장의 날 행사



▲ 송탄 공장 외관

2010년에는 10.0%까지 끌어올린다는 계획과 함께 가치중심의 경영혁신과 차별화된 가치창조로 '고객과 함께 발전한다'는 목표를 위해 뛰고 있다.

특히 김기용 회장과 정확상 사장 모두 영업부터 시작해 고객의 요구와 어려움이 어떤 것인지 알기에 '고객을 섬겨야 한다'는 것을 모토로 삼고 있고, 늘 직원들에게 강조한다. 이는 퓨리나코리아의 발전에 강점으로 작용하고 있다.

이외함께 한국 축산업을 성장산업으로 발전시켜 나아간다는 취지 아래 1997년에 문화재단을 설립, 축산·사료 연구기술 대상 선정과 장학금 지급, 해비타트 운동 전개 등 '전체수익의 2%는 봉사활동에 써 나가자'는 규칙을 정해 놓고 사회 봉사를 실천하고 있다.

'최고급 동물성 단백질 식품을 보다 값싸게 보다 많이 생산해 농가소득 증대 및 국민 식생활 개선에 기여한다'는 이념으로 시작해 지난 40년 동안 판매한 사료는 2천백만여톤, 서울에서 부산까지 일렬로 줄을 세울 경우 열 네 번이나 왕복해야 하는 양이다.

이는 직원, 고객을 넘어서 전 인류 삶의 질에 관심을 갖는 퓨리나코리아의 내공이 뿔어낸 결과물일 것이다. ㉟