

신뢰 담은 차별화 전략으로 승부



▲강구만 대표

○ 리 양계산업을 보다 발전시키고 안정화 궤도에 오르
T 기 위해서는 1차 산업과 함께 이를 뒷받침 해줄 수
있는 2차 3차 산업들이 발전되고 활성화 되어야 과잉으로
생산된 물량을 해결해 줄 수 있다는 것을 누구나 공감을 하
고 있다. 그러나 아직까지도 국내 난가공산업체들은 쏟아지
는 물량을 다 처리하는데 어려움에 직면해 있다. 또한 소비
확대를 위한 새로운 영역의 제품개발로서 부가가치를 창출
해내야 하는 숙제를 안고 있다.

지난 2006년 10월초 전문난가공업체인 세양 주식회사의
탄생은 1차 산업인 양계농가들에게는 반가운 소식이 아닐
수 없다. 특히 세양의 강구만 대표는 대형 계란회사의 사업
본부장을 역임하면서 신상품 도입, 이력추적시스템 등 새로
고 신선한 시도로 양계산업을 선도하는데 일조를 한 양계
유통전문가로 정평이 나있다. 이제는 신생기업 세양을 진두
지휘하면서 난가공분야에서 새바람을 불러일으킬 것으로
업계의 주목을 받고 있다. 이에 본고에서는 세양주식회사
난가공사업 진출에 대한 차별화된 특별함을 알아보았다.



▲편리성을 강조한 삶아서 깬 계란, 메추리알, 소스류, 삼계탕, 장조림



▲소포장 단위로 편의점·매장에서 판매되는 훈제메추리알은 진공포장으로 위적이며 저렴한 가격으로 간식용으로 안성맞춤이다.

자연애탄 세양

세양 주식회사의 CI는 '자연애탄'이다. 자연의 맛을 고객사랑으로 담아내려는 의지가 고객과의 커뮤니케이션을 느끼게 한다.

경기도 안성시 장원산업단지내에 위치한 세양 주식회사(대표 강구만)는 우리가 일반적으로 생각하는 액란, 난분 위주가 아닌 삶아서 깬 난가공 제품을 주력사업전략으로 하고 있다. 2007년초 본격적으로 사업을 시작하며 300억 시장인 메추리에서도 특히 깬 메추리 알부분에 주력을 두고 자사 알리기에 적극 나서고 있다. 사업을 시작한지 불과 두달만에 월 3억원의 매출을 올리면서 올해 말까지 월 5억원대의 매출을 목표로 하고 성장 중에 있다.

현재는 신생기업으로 자사 알리기에 총력을 기울이며 대기업과 대형마트, 편의점, 급식업체에 PB(자사 브랜드가 아닌 주문업체 브랜드)로 제품을 납품하고 있으며 점차 자사 브랜드로 승부를 걸어가겠다는 전략이다.

세양에서는 삶아서 깬 계란·메추리를 액상포장에 담아 급식자재와 일반 가정에서 편리하게 이

용할 수 있는 제품군과 간식용으로 누구나 손쉽게 먹을 수 있는 소포장용 훈제메추리 알 제품군을 주력으로 하고 있다. 한편 주력제품과 함께 소스 사업을 병행하여 맛 부분에서 우위를 확보하기 위해 식품전문가인 김용수 박사를 이사로 맞이했다. 이는 학교급식이 많은 경우 볼륨은 큰데 비해 비수기일 경우 매출이 급감하는 단점을 보완하고자 소스 사업 병합으로 계절에 따른 기업의 경영여건 안정화와 유통시장의 비중을 높인다는 생각이다.

삼색 차별화 전략

강구만 대표는 세양에만 존재하는 차별화 전략을 내세웠다.

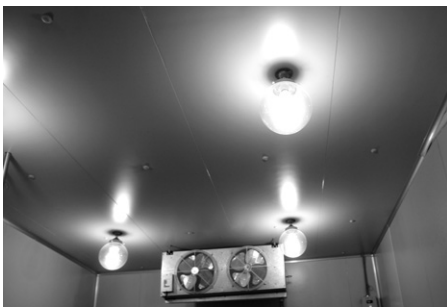
첫째, 무항생제, 무MSG, 무합성보존료라는 3무 정책이다. 생산에서 가공까지 건강과 환경을 고려해 시대 트렌드를 선도한다는 계획이다. 항생제 문제가 대두되고 있는 가운데 계약된 농장에서 생산된 제품을 정기적인 검사를 통해 무항생제 산물을 생산하고 있으며, 가공단계에서도 인공미가 아닌 자연의 맛을 만들어 간다는 것이다.

둘째, 인터넷을 통한 생산라인 실시간 중계이다.

HACCP 인증을 고려한 공장내부 모습



▲두건·마스크·장화·가운을 착용하고 손제
척을 한 뒤 자외선으로 멸균처리를 해야지만
공장내부로 들어갈 수 있다.



▲천장 조명이 꺼져서 파편이 식품에 유입되는 것
을 방지하기 위해 조명보호 장비를 설치하였다.



▲원란의 난각이 자동적으로 기계에 의해 제거된다.



▲공장으로 유입된 원란박스에는 원란입고표가 붙
어있어 생산자 이력추적이 가능하다.

고개의 신뢰 확보차원에서 과감히 생산라인을 공개함으
로써 고객이 안전한 식품을 구매하는데 신뢰를 가지게 한
다는 방침이다. 곧 전산시스템이 구축되면 유통MD, 소비
자 등 어느 누구라도 생산현장을 실시간으로 확인해 볼 수
있게 된다.

셋째, 염지란 첫 HACCP 기준 인증이다. 훈제란과 같이
세양에서 생산되는 제품은 염지란으로 종류가 구분되어
있다. 아직까지 염지란에 대한 공식적인 HACCP 기준이
없는 상태에서 앞을 내다보고 업계 최초로 염지란
HACCP 기준 인증을 준비하고 있다. 세양의 생산라인은
HACCP 인증을 고려해 설계되어 곧 실현될 것으로 보인
다.

품질을 높이고 가격은 경쟁력을 가져라

강구만 대표는 “이제 품질과 가격의 경쟁력 확보는 기
본”이라는 생각이다. 차별화 전략의 일환으로 안전성과
신뢰 확보와 함께 새로운 제품개발 진행에도 심혈을 기울
이고 있다. 자사제품 ‘훈제메추리알’ 개발을 위하여 3가
지 공정을 더해 어느 제품과 비교해도 구미를 당기는 훈제
향과 쫄깃쫄깃한 조직감으로 제품의 품질을 높이는데 정
성을 들였다. 현재에 만족하지 않고 앞으로는 계란을 이용
한 새로운 제품 출시로 난시장에 신선한 충격을 선보이겠
다는 계획이다.

강대표는 ‘HACCP를 했기 때문에 가격을 높게 받아야
한다는 생각은 버려야 한다. 이전 시대에 따른 HACCP는
기본이다’ 라고 말한다. 새로운 제품을 제시하여 끊임없이
변화를 요구하는 바이어들에게 기존 업체들과 차별화된
장점을 제시해야 한다고 말한다. 또한 ‘소비자는 항상 변
화를 원한다’ 는 것을 전하며 삼성전자의 애니콜처럼 꾸준
히 새로운 제품을 개발하여 소비자들에게
항상 어필할 수 있는 기업이 되겠다고 전
했다.

취재 | 김영훈 기자
theme6017@hanmail.net

