

(주)하림

▶▶ 자연실록 육가공 신제품 기자간담회 개최



(주)하림(대표이사 이문용)은 지난 4월 26일 서울 소공동 롯데호텔에서 이문용 사장을 비롯한 임직원, 언론인 등 60여명이 참석한 가운데 '자연실록 육가공 신제품 5종 출시' 기자간담회를 개최했다.

이번 친환경 육가공 제품 출시는 소비자들의 식생활 패턴이 탄수화물에서 단백질 섭취로 변하고 있어 이에 고단백, 저칼로리 제품으로 손꼽히는 닭고기 소비량 증가와 바쁜 현대인들에게 조리가 간편하면서 영양 만점인 제품을 제공키 위한 것이다.

특히 기존 육가공 제품에서 떠오르는 첨가물에 대한 소비자의 부정적인 인식을 불식시키기 위해 화학적 첨가물을 배제하고 육 함량은 순수 고기에 가깝게 95% 이상으로 높인 것이 큰 특징이다.

자연실록 육가공 제품 가운데 비엔나, 후랑크는 색소를 넣지 않아 일반 제품(갈색이 일반적)과 달리 닭고기에 가까운 하얀 색을 띠며, 슬림캔(자연실록캔 포함)은 제품에 QR코드를 삽입해 누구나 손쉽게 캔 제품을 활용할 수 있도록 다양한 레시피를 제공하고 있다.

또한 친환경 사육농가 이력정보 제공을 위한 '생산이력관리제'를 도입해 사육·가공·판매 등의 전 과정을 투명하게 공개해 소비자의 알 권리를 충족시켰으며, 소비자불만 자율관리 프로그램(CCMS)을 시행해 소비자 불만을 사전에 예방하고 신속하게 해결함으로써 고객 신뢰를 바탕으로 하는 고객기쁨경영을 실천해 나가고 있다.

▶▶ 육가공 제품 QR코드 시스템 구축



(주)하림은 육가공 제품에 대한 정보와 레시피를 통해 소비자들의 알 권리를 충족시키고 제품의 다양한 활용도를 높이기 위한 QR코드 서비스에 들

어갔다.

지난 2월부터 QR코드 시스템 구축을 위한 기획에 들어가 서비스 주요 제품 품목 선정, 자료 수집, 모바일 웹 사이트 디자인 및 제작, 시범 테스트 등을 통해 5월부터 시스템을 운영한다.

친환경 제품인 자연실록 가공 제품류, 캔 제품류, 삼계탕 제품류, 너겟 등 기타 제품류 등 4개 제품군으로 나눠 제품별 설명, 영양성분, 활용도 등 소비자들에게 제품에 대한 상세 정보를 제공할 계획이다.

특히 캔 제품에 대한 요리 정보 부족으로 인해 주부들이 슬림 캔 활용을 많이 못하고 있는 부분을 찾아 QR코드에서는 봄, 여름, 가을, 겨울 등 4 계절에 맞는 간편하면서도 영양 만점의 다양한 요리법을 제공키로 했다.

또한 제품의 공정소개를 통한 생산 과정을 한 눈에 살펴 볼 수 있도록 디자인했으며 제품 이벤

트 진행시 곧바로 참여할 수 있도록 시스템을 구축했다. 또 회사에서 출시되는 신제품을 곧바로 확인할 수 있도록 메인화면에 배치하는 등 접속자들의 편의성을 높였다.

뿐만 아니라 학교 급식 시장 확대를 위해 추가적으로 학교 급식 제품에 대한 QR코드도 진행할 계획이다. 학교 급식 제품에 대한 정보와 레시피도 같이 제공해 영양사들에게 급식 제품에 대한 홍보를 펼칠 예정이다.

또한 회사 연혁, 사업부문 소개, CEO 인사말, 찾아오는 길 등을 이미지로 표현해 누구나 쉽게 알아 볼 수 있도록 모바일 웹사이트 구축을 진행하고 있으며, 회사 주요 행사나 일반 소식도 영상이나 이미지로 표현해 실시간으로 볼 수 있도록 시스템을 구축하고 있다.

이문용 사장은 “최근 스마트폰 사용자가 급격하게 늘어나면서 QR코드나 인터넷을 활용한 제품에 대한 신속한 정보를 요구하고 있는 소비자들이 늘어가고 있다”며 “제품 선택에 있어 정확한 정보 전달을 통한 욕구 충족을 위해 QR코드 시스템을 구축하고 있으며, 지속적인 콘텐츠 제공을 통해 다양한 정보를 제공할 수 있도록 노력하겠다”고 밝혔다.

▶ ‘사랑나눔 효 실천 봉사활동’ 실시

(주)하림은 가정의 달을 맞이하여 사랑나눔 사회 공헌활동을 통해 지역사회에 존경과 이웃사랑 실천의 뜻깊은 ‘사랑나눔 효 실천 봉사활동’을 실시했다.

지난 4월 28일 이문용 총괄사장 외 임직원 30여명은 전북 익산시 망성면에 거주하는 어르신들을 내촌리 소재 교항마을 경로당에 모셔 본사에서



준비해간 시식제품과 즉석삼계탕을 중식으로 제공했다.

이와 함께 어르신들의 흥을 돋우기 위해 노무관 리팀 이문영 사수가 노래를 열창했으며, 여직원 모임인 하미즈 회원들은 식사하시는 어르신들이 불편함 없도록 옆에서 한분 한분 살피며 따뜻한 정을 나누는 시간을 함께 했다.

봉사활동에 참가했던 한 직원은 “어르신들을 공경하는 마음을 되새기는 계기가 됐으며, 마치 친자식인 것처럼 대해주시는 마음을 통해 가족 같은 분위기를 경험할 수 있는 기회여서 짧은 시간이나마 행복했다”며 소감을 밝혔다.

한편 이번 봉사활동에 직접 참가한 이문용 총괄 사장은 “오늘 봉사활동에 참가한 임직원들이 실천한 효 사상을 잊지 않고, 이웃을 배려하는 섬김의 자세로 사랑나눔에 적극 동참해 달라”고 당부했다.

▶ 거점 대리점 운영

(주)하림은 급식 시장의 활성화와 제품의 원활한 공급, 주문에 적극 대응을 위하여 거점 대리점을 운영한다.

당초 신학기를 맞이하여 공급하기로 했으나, 해당 원료의 부족으로 공급시기를 조절해 지난 4월

중순부터 공급을 시작했다.

거점 대리점은 수도권과 지방에 한 군데씩 일 평균 10,000수씩의 발골량과 6,000수의 절단 물량을 생산하여 각 지역의 학교급식에 공급하며, 공급되는 전체 물량은 등급제품과 친환경제품으로 믿을 수 있는 품질과 원활한 공급 등 두 가지를 모두 만족시킬 수 있는 시스템으로 보인다.

거점 대리점의 생산방식은 본사와 동일한 시스템으로 생산되며 전 제품은 축산물품질평가원의 판정을 받은 등급 제품만을 생산한다.

거점 대리점을 운영함으로써 긴급 주문에 대한 대응력과 생산의 리드타임 단축으로 본사에서 직 대응하는 것보다 원활한 공급이 가능해지며, 본사에서 출고되는 양의 조절로 급식 제품의 결품 및 지연 배송이 없어질 것으로 예상돼, 향후 소형 마트 등 2차 가공시장의 확대에 이어질 것으로 기대된다.

▶▶ 인증대리점 상생강화를 위한 정책 설명회 개최

(주)하림은 지난 4월 6일 서울 롯데호텔(월드점)에서 수도권지역 정책설명회를 시작으로 4월 7일에는 유성호텔에서 지방에 소재한 인증대리점 대표들을 초청해 '인증대리점 상생강화를 위한 정책 설명회'를 가졌다.

이번 정책설명회에는 이문용 총괄사장을 비롯해 흥윤원 2본부장, 인증대리점 대표, 해당 지점장 등 관계 임직원 120여명이 참석한 가운데 우수 인증대리점의 성공사례를 공유하고, 2011년 영업전략과 인증대리점 운영에 대한 구체적인 전략방향을 설명했다.

이문용 총괄사장은 환영사를 통해 "친환경 제품



과 토종닭 제품시장의 확대전략을 통해 지속 성장 가능한 기업으로 방향성을 잡았다"고 강조하고 "투명하고 약속을 지키는 준법경영을 바탕으로, 협력사와의 상생협력을 통해 미래를 향한 하림의 길을 열어가겠다"고 밝혔다.

한편 이번 정책설명회 자리에서는 케이닥유통, 동물농장, 짐스유통, 서경푸드, 대림축산이 신규 인증대리점으로 격상돼 인증간판을 수여받았고, 탁월한 영업성적을 기록한 영남유통, 도경유통 등 12개 우수 인증대리점에 대한 공로패와 부상이 전달됐다.

■ 신규인증대리점

케이닥유통, 동물농장, 짐스유통, 서경푸드, 대림축산

■ 최우수 인증대리점

영남유통, 도경유통

■ 우수 인증대리점

양경축산, 유원축산, 싱싱푸드, 하림인천대리점, 준웅유통, 네오식품, (주)에넌, 진경유통, 하림육계유통, 한별푸드

(주)마니커

▶ 2011 서울국제식품대전 참가



(주)마니커(회장 한형석)가 지난 4월 26일부터 29일까지 일산 킨텍스에서 열린 2011 서울국제식품산업대전에 참가했다.

국내외 식품업체와 식품기기 업체의 자사 홍보 활동은 물론 식품산업 관련 각종 세미나와 한식 푸드쇼 등 다양한 볼거리로 꾸며진 이번 2011 서울국제식품산업대전은 국내 최대 규모의 식품관련 전시회답게 4일 내내 수 많은 관람객으로 성황을 이뤘다.

이번 행사에서 (주)마니커는 자체 역대 최대 규모인 6부스 규모로 전시부스를 꾸며 유통업체, 영양사 등을 상대로 적극적인 상담활동을 펼치는 한편 일반 관람객을 대상으로 육가공 제품 시식과 홍보행사를 진행했다.

▶ 토종닭, 아침닭 신제품 출시

마니커 토종닭이 출시되었다.

(주)마니커는 지난 4월에 (사)한국토종닭협회 가입과 함께 토종닭을 본격 출시하면서 시장공략에 나섰다.



토종닭은 육계, 삼계 등과 더불어 닭고기 시장의 주력 품목으로, (주)마니커는 그동안 토종닭을 취급하지 않았으나 올해 들어 본격 판매를 시작하게 된 것이다.

이번에 출시된 품목은 통닭과 볶음용으로 (주)마니커는 규격별, 포장형태별로 종류를 다양화하여 일시에 대리점, 마트 등에 판매를 개시, 빠른 시일 내에 토종닭 시장에서도 입지를 굳힐 계획이다.

한편 (주)마니커는 지난 4월 26일 새로운 개념의 제품 아침닭을 출시했다.

아침닭은 당일 생산한 제품을 당일 판매하는 제품에만 붙이는 이름으로, (주)마니커는 1차로 이마트 일산점과 탄현점의 2개 매장에서 테스트 판매를 시작해서 소비자 반응에 따라 판매대상 매장을 넓혀갈 계획이다.

(주)마니커는 아침닭이 제품의 신선도에 대한 소비자의 신뢰를 높여 닭고기 제품 전체 소비확대에 기여할 것으로 기대하고 있다.

▶ 초임교사 동두천공장 방문

경기 동두천 및 양주지역 초, 중학교에 첫 발령을 받은 초임교사 80여명이 지난 4월 21일 (주)마니커 동두천공장을 방문했다.

교직생활을 시작하기에 앞서 지역 경제를 이해하기 위한 목적으로 (주)마니커를 방문한 초임교

사 일행은 정지상 공장장의 안내로 생산현장을 둘러보고 의견을 나눴다.

이들은 공장방문이 지역과 닭고기 산업을 이해하고 교단에서 활용할 지식을 넓히는데 큰 도움이 되었다며, 앞으로 제자들에게 닭고기의 우수성을 잘 가르치겠다고 입을 모았다.

(주)올품

▶▶ 2011 봄맞이 등반대회 및 자연정화 활동 실시



(주)올품(대표이사 변부흥) 임직원은 지난 4월 21일 직원들의 단합 및 교류를 강화하기 위해 봄맞이 등반대회 및 자연정화 활동을 실시했다.

이번 등반대회는 경상북도 상주시에 위치한 옹흥사 입구에서부터 갑장산 정상까지 산행하는 코스로 100여명의 직원들은 산행에 오르기 전 등산로 자연정화 활동을 펼쳤다.

이는 지역 주민들에게 실질적인 도움을 줄 수 있는 이웃사랑 실천과 더불어 살아가는 올품의 뜻을 전하고자 실시한 것이다.

정화활동을 펼친 갑장산은 상주 도심 가까이에

있으며 해발 806m로 일일등반코스로는 최적으로 꼽힌다. 또한 산 정상에서는 상주시내와 올품의 전경이 한눈에 펼쳐져 직원들이 자주 오르는 산이기도 하다.

(주)올품은 정기적으로 등반대회 및 각종 자연정화 활동을 펼치고 있으며, 직원들의 적극적인 호응 속에 매해 참여 인원이 증가하고 있다.

(주)올품은 앞으로도 직원들의 건강과 심신단련을 위하여 지속적으로 등반 및 자연정화 활동을 실시할 계획이다.

(주)화인코리아

▶▶ 일본 지진 이후 수출 증가세 뚜렷

(주)화인코리아(대표이사 나원주)의 최근 수출실적이 큰 폭으로 증가하고 있다.

2010년도에 (주)화인코리아는 주 수출품목인 삼계탕, 오리고기 등을 일본, 대만, 호주 등 세계 12개 국가에 550만달러 수출했다.

이러한 수출 증가는 2011년에도 활발한 수출활동 및 신제품 개발을 통해 더욱 증가할 전망이다.

실제로 (주)화인코리아의 지난 1분기 수출은 전년도 82만달러에 비하여 올해 1백63만달러로 100%의 증가세를 보이고 있으며, 특히 일본의 동북부 지진 이후에 일본 바이어로부터의 삼계탕 및 족 제품의 주문이 증가하고 있으며 구입상담도 활발하게 진행되고 있다.

이러한 수출증가가 지속되고 가을에 시 발생이 없다면 금년도에는 1,000만불 수출돌파도 기대할 수 있을 것으로 보인다. 