



하춘도
중앙일보
조인스 파워 블로거

‘2011 치킨 페스티벌’ 둘러보기

‘2011 치킨 페스티벌’의 별, 참가업체 탐방기

이번 행사의 백미는 뭐니뭐니 해도 닭고기 시식과 이벤트일 것이다. 3일 동안 참관객에게 다양한 닭고기 요리 시식과 함께 재미있는 이벤트에 선물까지 덤으로 챙겨준 참가 업체 부스를 방문, 그동안 궁금했던 내용들을 물어보았다.



부연설명이 필요없다. 업계 1위를 고수하는 (주)하림은 역시 달랐다. 전시회와 회사를 소개하는 것보다 그 회사를 이끌어가는 사람들의 면면을 알려주는 것이 마음에 더 와 닿을 듯해 마케팅실 이용현 팀장을 소개한다.

“1998년 10월 인턴사원으로 입사했다가 1999년 1월에 정식으로 발령받았다. IMF이후라 한국경제가 어려울 때였다. 마음가짐을 단단히 했지만 입사 초기에는 힘들게 일을 배웠다. 가테기라고 하나? 제품 상하차를 직접 했다. 새벽 4시에 출근하여 밤 8시쯤 퇴근했다. 힘들지 않았던 것은 아니지만 한국경제가 어려워 수많은 실업자들이 쏟아져 나오는 판에 힘

들다는 시늉을 할 판이 아니었다.

나중에 이렇게 힘들게 몸에 익혔던 것이 소중한 자산이 되었다. 경험만큼 소중한 자산이 없다는 것을 알게 되었다. 이제 아무리 어려운 일이 닥치고 술한 밤을 새는 일이 있더라도 초창기 일을 생각하면 거뜰히 힘든 일을 이겨나간다.

입사 초기에 비해 매출규모와 급여 등 모든 부분에서 엄청나게 성장했다. 아마 이 모든 것은 남다른 정신력과 교육에서 나오는 것 같다. KBPI선정 냉동 냉장육 부문에서 9년 연속 브랜드 파워 1위를 한 저력은 하림이 천하의 하림으로 나가고 있다는 것을 잘 입증해준다.

이런 것을 바탕으로 우리 회사는 업계 최초로 선도해 나가는 품목이 많다. 캔으로 만든 닭가슴살도 그 중의 일부다. 2010년 닭가슴살 Light를 출시했다. 현재 닭가슴살 시장 규모를 200억원 정도로 추정하고 있는데 하림에서 60~70%를 점유하고 있다.”

이용현 팀장은 말한다.

“치킨 페스티벌의 준비를 위해 약 한 달 동안 고민하고 준비했습니다. 방문객들의 반응이 좋아 기분이 좋습니다. 이런 준비성과 철저함으로 천하 제일의 하림이 될 것입니다.”

대한민국 청정 1번지
지리산을 담았습니다



알차고 건강한
자연이야기

**자연
實綠** 실록

자연이 키운 프리미엄 닭고기 '자연실록'

지리산을 산책하고, 마늘 호유실을 먹고
깨끗한 공기를 마셨습니다
그렇게 닭이 먼저 웰빙했습니다
이제, '자연실록'이란 건강한 이름으로
더 신선하고 더 맛있게,
당신을 찾아갑니다

고객의 호응을 등에 업고 점점 더 진화하는 (주)마니커



“제가 말하는 것보다 공신력 있는 단체에서 얘기하는 것이 더 신뢰도가 있을 것입니다.”

송병혁 차장은 자랑스럽게 (주)마니커를 소개한다.

“한국소비자연맹은 마니커를 2010 HACCP 운용 최우수 도계장으로 선정했습니다. 마니커는 웰빙 시대의 까다로운 소비자들에게 가장 신선하고 건강한 먹거리를 공급하기 위해 노력해 왔던 것을 입증한 셈입니다.”

(주)마니커는 계육업계 최초로 무항생제 축산물 1호로 인증받았고 급속 냉동(IQF)으로 신선도를 오래 유지하고 보관 기간이 길게 한 것을 자랑한다. 업계 최초로 반조리 상태의 제품을 개발, 시판해 좋은 반응을 얻고 있다고 하는데 다른 업체에서도 이에 관심을 보여 선두 주자의 자부심을 잃지 않기 위해 남다른 노력을 하고 있다고 한다.

요 몇 년 동안 생닭 가격을 보면 거의 변함이

없는데, 이는 기름값 등의 상승을 제품 가격에 즉시 반영하는 다른 물품에 비하면 거의 놀랄 정도다. 이는 한국계육협회 회원사들의 치열한 경쟁과 노력의 산물인데 생산 효율화를 높이고 계열일관화로 생산비를 계속적으로 낮추었기 때문이다. 성능은 계속 좋아지지만 생산업자들의 치열한 경쟁으로 가격은 거의 변함 없는 컴퓨터와 같다.

“마니커가 규모로 따지면 업계 1위는 아닙니다. 하지만 새로운 것을 계속 개발하는 도전 정신으로 업계는 놀라운 시선으로, 소비자는 감탄의 눈길로 마니커를 바라보고 있습니다.” 송병혁 차장이 말을 이어간다. “마니커는 미국에 처음으로 삼계탕을 수출하였고 까다롭기로 소문난 일본에 신선육을 수출하여 7일의 유통기한 내에 전량 소비할 수 있도록 했다. 이는 유통 노하우와 제품의 신선도가 뒷받침되지 않으면 결코 할 수 없는 일이라고 한다.

“이번 치킨 페스티벌을 위해 물량을 아주 많이 준비했지만 고객들이 워낙 좋아하여 금세동이 났습니다. 고객들의 선호도는 마니커 애호가들 많이 만들 것 같군요.” 송 차장은 싱글벙글 신이 났다.



건강한 식탁을 위한 마니커의 이유 있는 고집 친환경 닭고기

이 세상 어느 것보다 소중한 우리의 자연 -
마니커는 자연의 건강함 그대로 식탁까지 전해드립니다

닭고기 전문회사 마니커에서 만든 친환경 축산물 닭고기 브랜드,
마미안(安)은 100% 친환경 축산법으로 사육한 無 항생제 웰빙 닭고기입니다.
건강을 생각하는 엄마의 자존심, 변치 않는 마니커의 마음입니다.



닭고기 전문회사
주식회사 마니커
<http://www.maniker.co.kr>

'자연명품' 친환경 닭고기 생산 (주)동우



한국인의 믿음에는 신토불이가 있다. 자라난 환경과 내가 들이 아니며 그 지역에서 난 음식을 먹는 것이 건강하다는 얘기다. 이는 곧 건강한 몸을 만들기 위해서는 건강한 먹거리를 섭취해야 된다는 말이다.

(주)동우에서 생산하는 '자연명품' 닭고기는 이런 믿음의 산물이다. 소비자들은 시대의 흐름에 따라 건강한 먹거리, 즉 웰빙 식품을 많이 찾는다. (주)동우는 이런 소비자들의 열망에 따라 특허 받은 사료와 무항생제로 사육한 닭고기를 출시하여 소비자들의 환영을 받고 있다.

유승진 탐장의 얘기다.

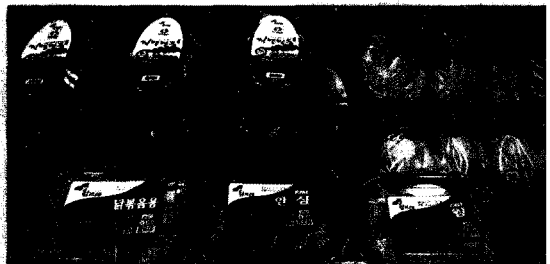
“건강한 몸을 만들기 위해서는 먹지 말아야 할 것이 있고 꼭 먹어야 하는 것이 있다. 먹지 말아야 할 것은 항생제, 항균제 등인데 친환경 농업육성법에 따라 사료에 항생제와 항균제를 일절 첨가하지 않고 엄격한 사육기준을 지켜 닭을 사육한다. 이러면 항생제와 항균제의 간

접 섭취가 없어 건강한 먹거리가 된다.

또 하나 더. 예로부터 매실에는 구연산을 포함한 무기질 등과 간 기능을 좋게 하고 독성 물질을 분해시키는 물질이 다량 함유돼 있어 매실은 약으로도 활용될 정도로 소중한 식품이었다. 이에 착안하여 특허받은 매실 발효사료로 사육한 닭은 일반 닭에 비해 지방 및 콜레스테롤 함량이 낮고 고기가 연하고 육질이 좋다.”

(주)동우는 몸에 좋은 웰빙 제품을 생산할 뿐 아니라 코스닥 상장회사로 대외 공신력도 좋다. 또 전국에서 최초로 친환경 닭고기 제품을 '자연명품'이란 브랜드로 상품화했는데 이의 가격을 적정하게 유지하기 위해 노력하고 있다는 점도 밝혀 달라고 한다.

현대화된 축사에서 사육하여 폐사율을 낮추고 자동화로 인건비도 낮춰 고가의 사료비 인상 부분을 상당 부분 흡수했다. 현대화된 농가를 선정하고 단체 급식을 많이 한다고 하니 우수한 생산시설에서 생산한 닭고기가 대외적으로도 검증받은 셈이다.



자연과 함께 만들어 낸 **자연명품**



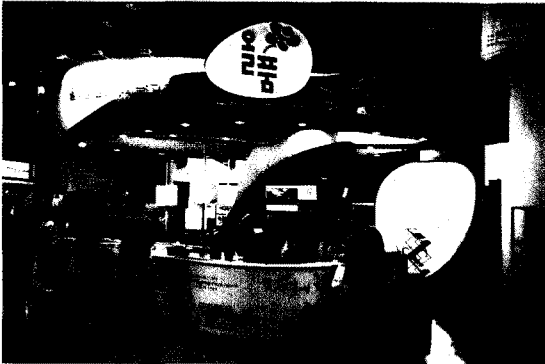
친환경농업육성법 시행규칙에 의거, 사료에 항생제·항균제 등을 첨가하지 않고, 엄격한 사육기준을 지켜 무항생제 축산물로 인증 받은 안전한 닭고기로, 육질이 부드럽고 지방, 콜레스테롤 함량이 적어 건강한 삶을 추구하는 웰빙시대에 안성맞춤의 닭고기입니다.



- 발명특허 제057664호
매실원액과 매실발효 사료를 이용한 사육방법과 그로부터 얻어진 계육
- 발명특허 제0398478호
기능성 매실 발효사료 및 그 제조방법



친환경 닭고기 '자연에 좋은 닭' 매출 쑥쑥! (주)올품



류재상 팀장은 물려드는 페스티벌 참가들에게 (주)올품 제품을 설명하고 시식품을 챙기느라 땀 흘릴 시간도 없이 연신 “감사합니다”만 외쳤다.

“혹, 올품 부스에만 참가자들이 다 물려드는 것 아닌가요?” 조금 설 틈을 내 여유를 보인다. (주)올품 부스를 방문한 방문자들이 많긴 많았다. 방문 고객을 위해 준비한 선물이 금세 동이나 본사에서 몇 번이나 보급품(?)을 받아야만 했을 정도니까.

“반짝이는 것은 다 금이 아니다” 라는 속담이 있듯이 크다고 다 좋은 것은 아닙니다만 규모의 경제에서는 큰 것이 좋을 수가 있습니다.”

안다. 류 팀장의 말뜻을 못 알아들을 사람들이 아니다. 그는 (주)올품의 규모에 대해 이야기하고 있는 것이다.

(주)올품은 경북 상주의 사별면에 동양 최대의 부화장을 가지고 있다. 또 도계장도 동양 최

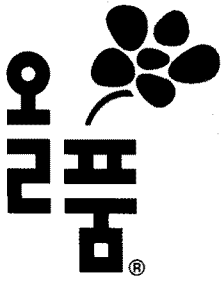
대 규모라고 한다. 산란에서 도계까지 일관 생산 체계를 가지고 있어 가격 경쟁력에서 타 업체에 비해 훨씬 유리하다.


경북은 청정지역이다. 그 중 (주)올품 본사가 있는 상주의 청정 수준은 말도 못할 정도로 높다. 이렇게 청정 지역에 있다 보니 자연 웰빙 식품 생산에 신경이 쓰여졌다고. 병아리때부터 무항생제로 키운 친환경 제품 브랜드 ‘자연에 좋은 닭’은 소비자들로부터 꾸준히 사랑을 받고 있다. 요즘 들어 매출이 지속적으로 늘어 효자 상품이 될 조짐을 보여 회사 임직원들의 기쁨을 자아내고 있다.

소비자 박영석(56세, 서울 서대문구 홍은동)님은 ‘자연에 좋은 것이 당신에게 좋다’는 구호로 친환경 인증 농가에서 특허받은 사료에 친환경 농법으로 키운 닭이 건강에 좋지 않겠냐고, 그래서 그도 꾸준히 올품 친환경 닭고기를 구입해 먹는다고 한다.

치킨 페스티벌 참가자들의 반응이 너무 좋아 (주)올품 브랜드 인지도가 상당히 올라갔다고 자신하는 류 팀장과 직원들은 올해는 (주)올품의 해가 될 것이라는 자신감에 차 있었다.





건강한 만남의 시작 

친환경 닭고기 자연에 좋은 닭...

올팜이 전하는 친환경 닭고기 자연에 좋은 닭은
건강한 병아리만을 선별, 친환경 축산농법으로 친환경 사료를 먹여
더욱 건강하게 키운 100% 순수 국내산 친환경 닭고기입니다.



건강한 만남은 건강한 자연에서부터 시작됩니다.
자연의 건강함이 가득한 친환경 닭고기 자연에 좋은 닭으로
건강한 만남을 시작하세요.



QR코드로
자연에 좋은 닭을 만나보세요.



| 주식회사 올팜 | 경북 상주시 발산로 135번지 TEL.(054)450-8600 FAX.(054)533-5380 | www.orpum.co.kr |

자연에 좋은 것이 당신에게 좋습니다.

‘디디치킨’ 가맹주들의 수익 창출을 위해 노력 **한강씨엠(주)**



“이 기회에 디디치킨 브랜드 자랑 좀 하렵니다.” 정태영 팀장은 저돌적이다. 아마 제품에 대한 자신감이 없으면 절대로 저렇게 할 수 없을 것이다.

“한강씨엠은 경기도로부터 G마크를 인증 받았는데 이는 생산에서 도계까지 완벽한 시스템에 대한 인증입니다.”

가슴살은 건강에 좋지만 딱딱한 질감으로 선호도가 떨어진다고 하니 정 팀장은 절대로 그렇지 않다고 한다. 당일 도계, 공급하여 신선하기 때문이란다.

치킨 페스티벌 준비를 위해 고생을 많이 했을 것 같다고 운을 떼니 월 1회 박람회 개최를 하는 노하우가 있어 그렇게 힘들지 않았다고 한다. 그래서인지 비용은 적게 들면서도 남들 눈길을 끄는 화려한 부스를 만들었다.

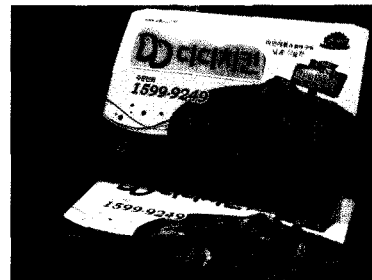
정 팀장은 디디치킨 브랜드 자랑에 힘이 마른다.

“보통 매장에서는 재료 손질에 품이 많이 듭니다. 그래서 우리는 매장에서 손질할 필요가 없도록 양념채로 재료를 공급합니다. 그래서 특별한 솜씨 없이도 조리할 수 있고요, 또 본사에서 매장으로 직접 공급하여 유통마진이 없어 대리점 마진이 높은 편입니다.” 그뿐일까?

“게다가 낮 시간에도 판매할 수 있는 ‘콕’ 제품을 공급하여 가맹점 수익이 더 나도록 하였습니다. 가맹주들이 만족하는 것은 말할 것도 없지요.” 한 마디로 가맹주들의 수익 창출을 위해 본사에서 끊임없이 노력한다는 말이다. “빅 디디라는 제품의 인기도 쩡입니다. 보통 남자들이 있는 4인 가족의 경우에는 닭 한 마리로는 양이 조금 부족합니다. 그래서 가격은 조금 밖에 더 안 받지만 양은 1.5배로 푸짐한 양을 주는 빅디디를 출시했는데 반응이 아주 좋습니다. 이 역시 가맹주들의 만족도가 높은 제품입니다.” 디디치킨 창업비는 비싸지 않을까?

“로열티와 홍보비용이 없어 저렴한 편입니다. 타 업체에 비하면 운영비가 적게 들어 수익이 좋다고 합니다.”

앞으로 남고 뒤로 밀리는 프랜차이즈 수익 구조때문에 가슴에 멍든 점주들이 좋아할 만한 빅 뉴스다.



하림

디디치킨은 닭고기전문 하림그룹이 운영하는
치킨프랜차이즈입니다.(가맹문의 : 080-924-9999)

디디치킨

익티티 (오리지날/허브)

₩15,000

1.5배 많은양

이제 푸짐하게
즐기세요!

New
신제품

100%
국내산
닭고기

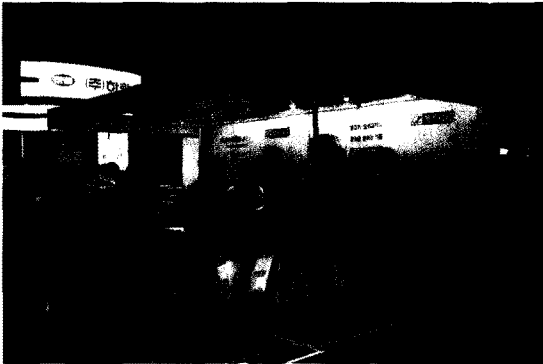
디디치킨 대표주문전화

1599-9249

가맹문의 전화

080-924-9999

국내 삼계탕 수출 1위 업체 (주)화인코리아



“화인코리아? 낯선 이름입니다.”라고 하니 “부스를 방문한 많은 분들이 그렇게 말합니다.”라는 대답이다.

건강함이 넘치는 조세학 대리는 씩씩하게 말한다.

“화인코리아는 오리제품으로는 국내 1위입니다. 원래 오리 전문 업체였는데 사업 영역을 닭으로까지 확장하고 있는 단계라 닭 사업 영역에서는 인지도가 낮은 편입니다만 곧 화인코리아의 인지도가 상당히 올라 갈 것으로 생각합니다.”

과도한 자신감 아니냐는 의구심을 품는 기자에게 조 대리는 명확한 근거를 제시한다.

“일본, 대만, 홍콩 등에 삼계탕을 수출하고 있는데 국내 삼계탕 수출 1위 업체입니다. 오리 고기는 신선육을 수출하고 있는데 46년 전통의 오리 전문 기업이라 노하우가 쌓인 결과입니다”라고 강조한다.

신라, 롯데, 한화, 프라자 호텔 등에 오리고기를 공급했던 신뢰도를 바탕으로 오리제품을 다양화시켰는데 소비자들의 반응이 좋다고. 오리 한방백숙과 매운탕은 주부들과 남편들로부터 대대적인 환영을 받은 제품이다.

HACCP으로 급속 냉동한 삼계와 오리는 위생적으로 처리하고 맛도 뛰어난 제품으로 수출에 필수적인 요소라고 한다. 이런 기술로 인해 500만불 수출 기념탑을 세웠을 것이다.

브랜드 ‘치키더키’는 정말 잘 지었다는 주변의 평가다. 치키더키는 닭(치킨)과 오리(덕)를 잘 조합한 단어인데 한 번 들으니 귀에 속 들어온다. (주)화인코리아는 치키더키를 지은 능력으로 오리와 닭 사업의 달인이 될 것이라 믿어 의심치 않는다.



Since 1965

삼 계 · 오리고기의 품질을 말하는 이름



www.finekorea.co.kr



세계가 인정합니다

(주)화인코리아

신뢰를 바탕으로 한 '또래오래' 치킨 프랜차이즈 (주)농협 목우촌



“농협은 국내 최고 브랜드 가치를 지니고 있는 회사중 하나입니다. 이 농협에는 축산, 어업, 산림업에 종사하는 농어민들이 아주 많습니다. 이 분들의 성실한 땀과 노력으로 농협 브랜드 가치가 말할 수 없이 높아진 것이지요. 또래오래는 브랜드 가치 최고의 농협에서 만든 것이니 믿을 수 있습니다.” 주원진 과장의 얘기다.

“요새는 정보가 거의 다 노출된 시대라 아무리 사소한 자료도 감춰둘 수 없고 거짓을 말할 수도 없습니다. 그래서 공개된 정보나 실적이 중요합니다.”

믿을 수 있다고 말하는 것보다 믿을 수 있는 정보를 알려 주는 것이 더 낫다는 얘기다. 그래서 또래오래의 신뢰도 높은 자료를 쟁겨보자.

또래오래는 치킨브랜드로 가맹점이 900여개가 넘는단다. 치킨브랜드로 가맹점수가 아주 많은 편이다. 적은 창업비에 비해 수익은 높아

그럴 것 같다.

본사 가맹비가 적은 것도 장점인데 인테리어 등에 들어가는 시설투자비가 적은 것도 가맹점수를 늘리는데 큰 역할을 한다.

‘금강산도 식후경’ 이고 ‘인천 앞 바다가 사이 다라도 겁이 없으면 못 마신다.’ 고 코미디언 서영춘이 말했는데 또래오래는 관람객 시식을 위해 통 큰 치킨을 선보였다. 바로 치킨 시식용 차량을 준비해 참가자들로부터 아주 좋은 반응을 얻었다. 시식용 치킨을 준비할 때마다 늘어난 고객들 때문에 시식용 치킨을 준비하는 직원들이 애를 먹었다.

“원래 준비한 치킨이 하루만에 동이 날 정도로 인기몰이를 했습니다. 그래서 매일 치킨을 본사에서 가져오는 직원들이 힘이 들었죠. 아니 고객들이 좋아하니 힘든 것도 모르겠더군요.” 옆에 있는 여직원은 고객들에게 설명하고 안내하느라 목이 다 쉬었다.

“또래오래는 농협이 자랑하는 브랜드입니다. 믿고 방문해 주세요.”

가맹점 수가 많다는 것은 무엇인가 남다른 것이 있어서 그럴 것이다.

‘한닭’ 브랜드 홍보에 박차 (사)한국토종닭협회



“토종닭이 왜 좋습니까? 우리 고유의 품종이
라서 그런가요?” 문정진 (사)한국토종닭협회
상임부회장이 뜬금없이 물어본다. “이런 말이
있지요. 행복해서 웃는 것이 아니라 웃으니까
행복하다”고. 문 부회장은 강조한다. “우리 닭
이어서 좋은 것이 아니라 불리한 조건에서도
살아남아서 좋은 것일 것입니다.”

그는 토종닭은 품종이 정말 우수하다고 침이
마르도록 자랑이다. 얼마 전 조류인플루엔자가
발생했을 때 살처분된 육계의 숫자는 거의 650
만 마리 정도 되었다고 한다. 육계는 100% 수입
종자인 반면 토종닭은 100% 국산이다. 수 천년
동안 이 땅의 민초들과 함께 해 왔던 토종닭은
고작 500마리가 살처분 되었다고 한다. 5천마
리도 5만 마리도 아닌 500마리만 살처분되었
다니 이 땅의 양육 조건에 적합하여 그럴 것이다.

토종닭은 육계에 비해 질병에 강하고 단백질
과 콜라겐 함유량이 높지만 지방은 적어 국내

소비자들 뿐만 아니라 외국에서도 인기가 많
다. 인도네시아, 아프리카, 베트남, 캄보
디아, 홍콩, 중국 등에도 수출을 하는데 수출
물량이 달린다고 한다.

현대는 종자전쟁으로 불려질 만큼 종자가 중
요한데 국내에서 재배하는 소재와 육계로 인해
지급되는 로열티는 상상을 초월한다고 한다.
허지만 품질의 우수성으로 인해 단 한 푼의 로
열티가 지급되지 않는 품목이 한우와 토종닭이
니 식량 안보에도 크게 기여하고 있다고 문 부
회장은 자랑한다. 현재 토종닭을 사육하는 농
가는 2,000여 농가가 되는데 점차 토종닭 사육
농가의 수가 늘어나고 있는 추세다. 토종닭은
뛰어난 맛 외에 kg당 단가도 육계에 비해 훨씬
높고 질병 감염률도 적어 사육하기가 쉬운 반
면 연간 생산 회전율이 육계 5~6회에 비해 3회
정도로 불리하다고 한다.

하지만 요즘 웰빙시대에 토종닭을 찾는 소비
자가 급격히 늘고 있어 토종닭 생산 농가와 사
육수를 늘리는 것이 중요한 관건이라고 한다.
이를 위해 토종닭협회 김연수 회장과 회원들의
발걸음이 요즘 들어 더욱 바빠졌다.

(사)한국토종닭협회, 한국토종닭소비진흥협
회, 버드내(주), 칠갑산토종닭 등이 토종닭 ‘한
닭’ 브랜드를 개발하고 이를 알리기 위해 부심
하고 있다. < >