

[주]하림

2013 DLG 국제품질대회 금메달 수상



(주)하림(대표이사 이문용)의 육가공 제품이 세계 시장에서 우수성을 인정받는 쾌거를 이루었다.

지난 3월 11일부터 12일까지 양일간에 걸쳐 독일에서 개최된 '2013 DLG 햄, 소시지 국제 품질 대회 (International DLG Quality Competition Sausage & Ham Food 2013)'에서 (주)하림이 4개 부문에서 금메달을 수상했다.

DLG에서는 독일을 비롯한 유럽국가에서 생산된 햄, 소시지, 냉동식품, 조미식품, 빵, 와인, 맥주, 음료, 우유, 편의식품 등을 대상으로 매년 국제적인 품질평가대회를 개최하고 그 수상 실적을 발표하고 있다.

평가방법은 학계 및 연구 분야 대표 등 각 분야의 전문가로 이루어진 심사위원이 영양성분의 생리학적 품질, 포장과 라벨링, 화학·미생물적 분석, 감각적 분석(색상, 모양, 맛, 향 등)의 총 4가지 검사를 통해 금, 은, 동상을 선정한다.

특히 DLG 품질평가위원들은 각각의 분야에서 매우 숙련된 전문가들로서 객관적인 품질평가를 보증하고 있기 때문에 소비자들은 이 대회에서 수상한 제품들을 구매기준, 즉 구매안 내서로 여길 만큼 매우 신뢰하고 있는 품평회이다.

(주)하림은 대표 육가공 제품인 자연실록 닭가슴살을 비롯해 슬림 닭가슴살, 토종닭 훈제, 허브 두 조각 치킨 등 4개부분에서 금메달을 수상했다.

자연실록 닭가슴살 육가공 제품은 자연의 깨끗함과 신선함을 그대로 담은 친환경 닭고기를 사용해 만든 제품으로 맛과 영양에서 좋은 반응을 이끌어 냈다.

또한 닭가슴살 캔 제품도 국내 최초로 선보인 제품으로 저지방 고단백 육가공 제품으로서 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있다고 인정받았다.

토종닭 훈제 제품에 있어서도 뼈를 발라내어 맛있는 소스에 숙성 시킨 후 훈연을 한 제품으로 토종닭의 쫄깃한 맛을 살려냈다는 평가를 얻었으며, 허브 두 조각 치킨도 허브의 향과 맛 그리고 약간의 매운맛을 입혀 만든 제품으로 소비자들의 입맛을 사로잡았다는 점을 받았다.

이문용 사장은 "하림의 철저한 품질관리를 통해 생산하고 있는 육가공 제품들이 세계적인 시장에서 좋은 평가를 받아 매우 기쁘다"며 "이번 수상을 통해 국내 닭고기 시장에 새로운 활력을 불어넣어 소비를 촉진시키고 농기들에게 도움이 되었으면 한다"고 밝혔다.

GBCI 계육 부문 4년 연속 수상



(주)하림이 일본능률협회컨설팅이 주관하고 글로벌경영위원회가 주최한 글로벌 브랜드 역량지수에서 4년 연속 수상하는 쾌거를 안았다.

지난달 일본 고베에서 열린 2013년도 '글로벌 브랜드역량 평가 지수' (GBCI) 브랜드 1위 인증 및 글로벌 마케팅대상 수상식에서 (주)하림이 계육부문 4년 연속 1위 인증을 받았다. 지난해 이어 올해에도 상을 수상한 (주)하림은 글로벌 브랜드의 명예를 높이고 동시에 글로벌 경쟁력을 강화시켰다는 평가를 얻었다.

올해로 10회 째인 GBCI 인증제는 전 세계에 글로벌 경영을 지원하고 있는 다국적 컨설팅 그룹인 일본능률협회컨설팅이 개발한 글로벌 초우량 수준의 브랜드 평가 시스템이다. 또한 산업별 Global & Great 브랜드 역량을 측정함으로써 브랜드 경영에 대한 인식을 제고함은 물론 국가별 브랜드 경쟁력 지표 제공을 통해 보다 수준 높은 브랜드 경영을 지원하기 위해 제정된 브랜드 평가제도이다.

이와 함께 지속적인 브랜드 가치 평가를 통해 기업들에게 자사 브랜드의 가치를 모니터링할 수 있는 기회를 제공하고 이를 통해 글로벌 경쟁력을 강화하는 브랜드 중심의 경영문화 정착을 지원하고 있다.

(주)하림은 이번 수상을 통해 글로벌 경영을 위한 새로운 방향성을 모색할 수 있었으며, 세

계 수준의 경쟁력 제고와 대외 신뢰도를 높일 수 있을 것으로 보여진다.

또한 소비자들의 건강한 식탁을 위해 친환경 제품 개발에도 많은 노력을 기울여 나갈 계획이다.

이문용 사장은 "갈수록 치열해지는 닭고기 시장에서 살아남기 위해서는 기업 이미지와 제품 브랜드라는 무형의 자산을 키워 고객들에게 신뢰를 받는 것이 중요하다"며 "소비자들에게 안심하고 맛이 우수한 제품을 공급할 수 있도록 하림 가족 모두가 노력해 나가겠다"고 말했다.

캔, 육포 등 신제품 출시



(주)하림은 최근 '밥에 비벼먹는 캔', '육포 3종', '퍼니퍼니 123', '통정육 훈제' 등 다양한 육가공 제품들을 출시했다.

(주)하림은 1인가구 증가, 빠른 생활패턴 등 소비자의 라이프 스타일이 변화하고 있어 소비자의 생활변화에 맞춰 '밥에 비벼 먹는 닭고기 볶음 캔' 제품을 선보였다.

이 제품은 젊은 층을 타킷으로 한 간편식 제품으로서 맛있게 매운 점이 제품의 특징이라 할 수 있다.

시장의 경쟁제품들은 주로 요리를 통해 취식 하지만, 이번 제품은 요리가 필요 없다. 그 자체가 요리이고 즐거운 반찬이다. 매운 것을 좋아하는 한국인의 입맛에 좋으며, 각종 캠핑장에서도 좋은 반찬이 될 것으로 기대된다.

우선 시장에서는 80g 단량으로 1,000원 이하에 부담 없는 가격으로서 취식 연령층의 확대가 기대된다.

또한 소고기 육포, 돼지고기 육포로만 즐비한 가운데, 영양과 술안주로 전혀 손색이 없는 하림만의 특징적인 제품인 닭고기를 활용한 육포 3종도 같이 출시됐다.

매운맛, 오리지널 맛, 치즈맛 등 3종을 출시했는데, 치즈는 고다치즈를 활용하여 더욱 고소하고, 매운맛에는 청양고추가 들어가 있다.

하림의 육포 출시는 전혀 생소하지 않다. 기존 육포 제품이 닭고기의 고유의 맛을 살렸다면, 이번 리뉴얼 제품은 새롭고 강한 맛으로 리뉴얼에 되었다고 보면 된다.

이번 리뉴얼된 육포를 통해 소고기와 돼지고기만 있는 육포시장에 다시 한 번 도전장을 던져 흥미진진한 시장경쟁이 이루어 질 것으로 예상된다.

하림치킨너겟 고객사는 행사 실시

(주)하림은 육가공 제품인 하림치킨너겟 출시 21주년을 맞아 고객사는 행사를 펼치고 있다.

오는 5월 21일까지 전국 대형할인점과 지역 슈퍼를 통해 하림 치킨너겟 구매시 고객들에게 기념 선물을 증정한다.



주요 매장별로 용가리 캐릭터인형을 만날 수 있으며, 사은행사도 하게 된다.

또한 용가리 치킨 제품을 활용한 ‘용가리치킨 마을 꾸미기’ 행사도 펼쳐진다. 용가리 제품을 활용한 레시피나 마을을 꾸며 사진을 촬영해 하림 쇼핑몰 페이지에 응모하면 된다.

심사를 통해 선정된 고객에게는 가족여행 상품권과 하림 선물세트를 지급하며, 응모자 전원에게 쇼핑몰 쿠폰을 지급하는 등 고객 감사 행사를 진행하고 있다.

뿐만 아니라 신제품 ‘퍼니퍼니(funny funny) 123’ 출시 기념 이벤트도 함께 이루어진다. 신제품 ‘퍼니퍼니 123’은 0부터 9까지의 숫자와 사칙연산 부호 모양의 제품으로 먹으면서 숫자에 대한 학습효과까지 가능한 제품이다.

2013년 근로자의날, 모범사원 41명 표창

(주)하림은 지난 2일 본사 대강당에서 이문용 사장을 비롯한 임직원 400여명이 참석한 가운데 2013년 근로자의 날 기념행사를 열었다.

이번 행사에서는 애사심을 발휘하여 타의 모범이 되고 회사발전에 기여한 공로를 인정받은 모범사원 41명을 선발해 표창하고 부상을 전달



했다.

이문용 총괄사장은 기념사를 통해 “경기불안이 가져온 소비위축으로 삼중고의 위기를 겪고 있다”며, 하림은 “이를 일상화된 위기대처능력으로 슬기롭게 이겨나가 국내 최고의 종합식품회사로 성장하고 회사의 격을 높이자”라고 강조했다.

최용호 팀장, 근로자의 날 대통령 표창



(주)하림의 노무관리팀장 최용호 수석부장이 2013년 근로자의 날을 맞아 대통령 표창을 받았다.

최용호 팀장은 지난 1993년 (주)하림에 입사한 이래 20년 동안 본사에 근무하면서 노사협력증진 및 생산성 향상 등 국가 산업과 회사의 발전에 기여한 공로를 정부로부터 인정받아 대통령 표창을 수상했다.

정부는 매년 근로자의 날을 맞아 협력적 노사문화 정착과 산업발전에 공헌한 근로자와 노조간부와 경영자들을 선정해 포상하고 있다.

한편 최용호 팀장은 2003년 5월에도 상기공로로 국무총리상을 수상한 바 있다.

[주]마니커

2013 국제외식산업박람회 참가



(주)마니커(대표이사 지원철)가 지난 4월 9일부터 12일까지 서울 양재동 AT센터에서 열린 2013 국제외식산업박람회에 참가했다.

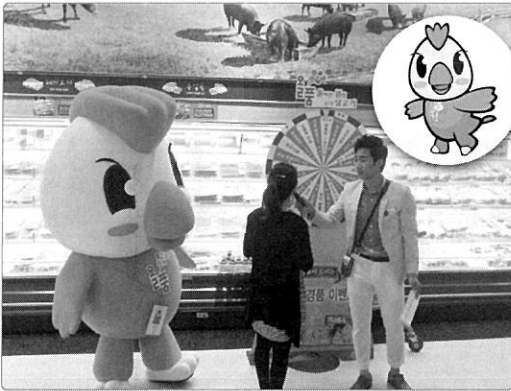
한국외식산업협회와 농수산물유통공사가 주관하고 농림축산식품부가 후원한 이 행사에는 70여 업체 및 단체가 참가해서 경쟁력 있는 양질의 식자재를 소개하는 기회를 가졌는데, 마니커 또한 최고 품질의 신선, 육가공품으로 관람객들의 집중적인 관심을 받았다.

(주)마니커는 행사기간 내내 품목별로 담당 영업사원을 상주시켜 현장에서 전문적인 거래 조건까지 자세한 상담을 진행하여 좋은 성과를 올렸다.

이와 함께 주최측으로부터도 모범적으로 행사에 참여한 것으로 좋은 평가를 받았다.

[주]올품

대표 캐릭터 '올푸미' 탄생



(주)올품(대표이사 변부홍)은 소비자에게 친근하게 다가가기 위해 캐릭터 '올푸미'를 만들었다.

이번에 새로 제작된 캐릭터는 건강한 닭이 되기 위해 노력하는 어린 닭의 모습을 모티브로 개발되었다.

마케팅 유재상 팀장은 "이번에 개발된 캐릭터가 팬들에게 사랑받을 수 있도록 다양한 마케팅과 함께 프로모션을 통해 알리겠다"고 말했다.

'올푸미'는 지난 이마트 왕십리점 프로모션에 처음 선보였으며 다양한 이벤트로 온라인과 오프라인에서 활동할 예정이다.

[주]체리부로

'My 농장' 제도 실시



(주)체리부로(김인식 회장)는 지난 4월 16일부터 전 관리직을 대상으로 'My 농장' 제도를 실시하고 있다.

'My 농장' 제도는 회사와 협력관계를 맺고 있는 사육농가에 관리직들의 주기적인 방문을 통해 농가의 부족한 일손을 돕고 현장체험을 통한 회사-농가간의 상호이해와 유대감을 높이는 소통의 장으로 마련된 제도이다.

'My 농장'에 참여한 중앙연구소 박지현 사원은 "작업 미숙으로 혹시 농가에 피해를 입히지 않을까 많이 걱정했지만 사육본부 직원의 통제에 따라 일이 수월하게 진행되었고, 정성껏 새참을 마련해 주신 농가 사장님과의 대화를 통해 많은 것을 느꼈다"며 "자리에 돌아 가면 더 많은 책임감을 갖고 업무에 임하겠다"고 말했다. 