

효율적인 경영을 통한 경쟁력 있는 기업으로 변신

◇ 취재 / 김동진 기자

지난 4월 30일부로 (주)한일농원(대표 차상협)이 닭고기 전문 유통업체인 한강식품(대표 홍응수)과 전략적 제휴를 통해 부분합병을 이룸으로써 닭고기 유통업계에 새로운 변화가 일기 시작했다. 30년간 양계업계를 이끌면서 비대한 조직으로 위업을 자랑하던 한일농원이 GPS 및 PS사업의 독립, 결국에는 유통분야에까지 기술제휴가 이루어지면서 항간에는 육계산업의 장기간 어려움으로 인한 사업의 축소가 아니냐는 의혹이 일고 있다. 따라서 본고는 지난 7일 (주)한일농원을 방문, 차상협 사장과의 인터뷰를 통해 자세한 상황을 알아보고 앞으로의 사업방향을 진단해 보았다.

1. 30년간 양축가와 함께 걸어온 (주)한일농원

30여년전인 지난 1969년 12월 먹을 것을 해결하기조차 힘든 시대에 국민들에게 건강한

먹거리를 제공하겠다는 신념으로 설립된 (주)한일농원은 양계사료 전문생산업체(코스닥 등록업체)인 한일사료공업(주)(1963년 설립)와 함께 축산업에 종사해온 회사로 종계부문에서부터 육계생산, 도계, 가공, 유통, 판매에 이르기까지 닭에 관한 전과정을 일괄 경영해온 닭고기 전문생산 업체이다.

1986년에는 (주)한일농원으로 법인전환을 하면서 보다 조직적이고 체계적으로 육계산업을 주도하여왔다.

또한, 한일농원은 1989년 육계계열화 시범추진업체로 지정되어 국내 최대 축산전문회사로서 재도약의 계기를 마련했으며 축산식품의 공급뿐만 아니라 생산자 주체의 모임을 결성, 지원하는 등 사양가와 함께하는 기업으로 성장해 왔다.

1990년초 경기도 화성에 특급도계장을 설립하고 위생적이고 신선한 닭고기와 고품질의 다양한 부분육을 생산, 공급하고 있는 (주)한일농원은 그동안 수입개방에 대비한 국제 경



△ 전략적 제휴를 통해 (주)한일농원이 1대주주로 참여, 깨끗하고 위생적인 닭고기를 공급하고 있는 경기도 화성에 위치한 도계장 내부전경(1일 4만5천수의 도계처리물량을 갖고 있다.)

쟁력제고와 국내시장 보호에 노력을 아끼지 않는 등 맥켄치킨사업을 주축으로 닭고기 유통에 큰 몫을 차지하고 있다.

2. 경쟁력 제고를 위한 발빠른 움직임

(주)한일농원이 구조조정에 들어간 것은 1989년부터이다. 이후 1992년부터는 벤처정신을 도입, 자체적으로 필요한 것, 잘할 수 있는

것이 무엇인가를 찾기 시작했다.

이같은 일련의 과정은 외형보다는 내실을 중시한 차상협 사장의 오랜 경영마인드에서 찾아볼 수 있다. 이번의 전략적 제휴는 사업축소가 아닌 완전한 거품 제거로 다변화되는 시대에 능동적으로 대처해 가는 전략이라 볼 수 있다.

21세기는 소비자들이 보고, 듣는 차원에서 구매를 결정하는 것이 아니라 전자상거래(사이버마케팅) 등 제품을 직접 찾아나서는 추세이므로 (주)한일농원은 소비자가 무엇을, 어떤 먹거리를 원하는지 미리 파악하여 꾸준한 신제품의 연구개발에 노력하는 한편, 환경변화에 적극적이고 능동적으로 적응하여 수입개방에 대처해 나가고 있다.

축산업의 경우 외국 축산물이 밀려드는 완

전경쟁시대를 맞이하여 자기자본을 가지고 투자를 하여 은행의 금리보다 투자이익을 높게 낸다는 것은 사실상 불가능해졌다고 강조하는 차상협 사장은 '자기가 잘 할 수 있는 것'을 찾아서 이제는 사명

표1. (주)한일농원의 주요사업 및 생산설비

주요사업		사업영역		사업현황	비고
사업명	생산품	사업처	분류		
종계분야	종란	종계장	자가생산	종계 200천수 사육	5개농장
			협력생산	종계 100천수 사육	3개농장
부화분야	병아리	부화장	자가생산	병아리 200만수/월 생산	2개 부화장
			위탁생산	병아리 100만수/월 생산	
사육분야	육계	협력농가	협력생산	육계150만수/월 생산	120여 농가
가공분야	닭고기	도계처리	협력생산	250만수/월 공급	전략적 제휴
유통분야	닭고기	계육영업	직영운영	50만수/월 공급	멕시코산 치킨 등 50여곳
	외식체인	맥켄치킨	프랜차이즈	15만수/월 공급	400여 체인점/전국

감을 가지고 업을 꾸려나가는 기업만이 살아남을 수 있다고 말한다.

3. 전략적 제휴의 의미

이번의 전략적 제휴는 변화를 뒤로한 채 보수성향으로 일관해오고 있는 닭고기 유통업계에 새로운 바람을 일으킨 결합이므로 보다 의미가 깊다 할 수 있다.

특히 닭고기 수입개방과 국내 수급 불균형에 따른 미래의 불확실성과 위기의식에서 과감히 탈피, 상대회사의 장점만을 도입했다는 데서 닭고기 유통업계의 판도변화가 주목되고 있다.

30년간 종계부문에서부터 육계생산, 도계, 가공, 유통, 판매에 이르기까지 닭에 관한 전 과정을 일괄 경영해온 한일농원의 노하우와 서울, 수도권의 닭고기 유통시장에서 소비자 직거래 및 현금거래 원칙고수로 강력한 영업망을 구축하고 있는 (주)한강식품과의 전략적 제휴로 1일 10만수의 닭고기 판매물량 확보가 가능하게 되었다.

또한 한일농원과의 수평적 계열화를 통해 안정적인 생계기반이 확보되는 시너지효과를 거둘 수 있다는게 관계자들의 일치된 견해이다.

두 업체간의 전략적 제휴를 통해 보다 유통망이 넓어진 (주)한일농원은 내실있는 경영을



△ (주)한일농원은 신선하고 깨끗한 닭고기 공급에 최선을 다하고 있다.

바탕으로 최소 3년안에 무차입 경영을 이끌어 가겠다는 원대한 포부를 가지고 있다.

다음은 차상협 사장과의 인터뷰를 통해 (주)한일농원의 진로와 육계산업 발전에 대한 대화내용을 인터뷰 형식으로 정리하였다.

인터뷰

Q : (주)한일농원과 (주)한강식품의 전략적 제휴에 대한 의미부여를 하신다면?

차상협 : 일부에서는 한일농원에 대해 우려의 시선을 보내는 곳도 있는 것으로 알고 있습니다. IMF이전에 150명이던 한일농원 직원이 현재 45명으로 줄었으니 외형적으로 단순히 놓고 볼때 축소되었다고 생각할 수 있을 것입니다.

그러나 이는 한일농원이 닭고기 유통 전문 회사인 한강식품과의 전략적 제휴를 통해 1대

주주로 부상하면서 기존의 생산, 유통분야의 전문성을 살려나가는 데 중점을 둔 새로운 전략으로 개방화시대에 우리가 경쟁력을 키우고 생산비를 줄이기 위한 과감한 선택이라 할 수 있습니다.

Q : (주)한강식품과 전략적 제휴를 하게 된 주요인은?

차상협 : 변화에 적응하려면 회사가 변해야 합니다.

환경이 맞춰주길 바라는는 뒤처지게 마련이지요. 지금 이 순간에도 유통시장의 환경은 빠르게 다양한 방향으로 변모해가고 있습니다.

육계 생산여력은 현재 포화상태에 있으며, 닭고기에 대한 소비자들의 요구는 주로 질과 서비스를 지향하는 방향 특히, 품질, 안전성, 위생, 건강, 맛, 가격을 중시하는 경향으로 나가고 있습니다. 이런 현실에 능동적으로 대처하지 못할 경우 최후의 생존자로 살아남기 힘들습니다. 과거의 경험에 비추어 볼때 축산은 거대 조직으로 이끌어나가서는 경쟁에 이길 수 없으며, 잘 할 수 있는 분야를 찾아 전문성을 길러가야 한다는 시대적 조류를 거역할 수는



△ 생산에 주력, 특화상품개발에 혼신을 다할 것을 약속하는 (주)한일농원 차상협사장

없습니다.

1992년 이후 10여년 동안 우리는 이에 적합한 사업체를 찾는데 노력을 기울여왔으며, 그 결과 동반자를 찾게 된 것입니다. (주)한강식품은 도계장 및 닭고기 유통분야에 새로운 기법과 축척된 노하우를 바탕으로 탄탄한 기반을 다져나가고 있는 회사로 잘 알려져 있습니다.

파이를 나누어 먹는 것 보다 함께 참여하여 파이

를 키우는 것이 서로간의 이익이 될 수 있는데 서로간의 의견이 일치되었다고 볼 수 있습니다.

Q : 외식사업과 연계하여 앞으로의 사업 방향은?

차상협 : 이제 (주)한일농원은 생산에 주력을 하면서 새로운 특화상품 개발에 혼신을 다할 것입니다. 쉽게 말해서 품질 좋고 가격이 싼 제품 즉 원가절감을 기할 수 있는 제품을 만들어 보고자 하는 것입니다. 사실 도계장에서는 원료육이 제일 관건입니다.

10여년간의 경험을 토대로 이제는 소비자들

이 어떤 먹거리를 원하는지, 필요육이 무엇인지를 알고 있습니다.

이번 전략적 제휴는 도계(가공)부문과 판매 부문을 우선적으로 통합했으며, 점차적으로 맥켄사업이 완전한 독립체로 성장할 때까지 경쟁력 있는 사업이 될 수 있도록 지원을 최대한 할 것입니다.

(주)한일농원에서 맥켄치킨사업부를 운영하면서 현재 전국적으로 400여개의 체인점을 운영하고 있습니다.

이번 제휴로 인해 체인점 확보가 수월해지면서 앞으로 3년안에 1천개로 체인점을 확대시키는 '체인점 1,000개 확대운동'을 계획적으로 추진하고 있습니다. 그럴 경우 1달에 1만톤의 사료가 기본적으로 필요할 것이고 도계장이 원활히 가동되면서 이 분야에서도 생산원가를 충분히 낮출 수 있을 것입니다.

Q : 최근들면서 수입육이 급증하고 있는데 국내 육계산업이 살아갈 수 있는 길은?

차상협 : 가까운 일본의 경우 닭고기 소비중 수입닭고기가 차지하는 비율이 35%를 기록하고 있습니다. 현재 우리는 20%를 넘고 있는 실정에서 앞으로 어느 정도까지는 증가할 것으로 예상할 수 있습니다. 그러나 국제 여건상 수입량은 한계가 있을 것으로 봅니다.

현재는 중국이 최저 생산비를 자랑하며 전 분야에서 수출을 하고 있으나 시간이 지나면서 국민들의 식생활 수준이 높아지고 자국내 수요가 증가할 것입니다. 이럴 경우 수출량마저 부족하게되는 경우도 나타날 수 있어, 당분간은 다소 어려움은 있겠지만 국내 닭고기가

국민들의 식량공급원으로 영원히 살아남을 것이라 믿습니다.

육계경기도 이제는 수입물량이 있기 때문에 닭값이 과거처럼 크게 오르는 것보다 오히려 낮게 형성되는 예가 비밀비재합니다. 따라서 이제는 병아리 생산에서 닭고기 유통에 이르기까지 계열화 전 과정에 있어서 신뢰를 바탕으로 한 고정계약 관계를 통해 생산비절감에 관심을 갖고 전전한 사업으로 자리매김해야 할 것입니다.

Q : 마지막으로 (주)한일농원 사업과 연계하여 국내 육계산업이 건전하게 발전할 수 있는 방안은?

차상협 : 계열화가 처음 태동할때 우리는 국내의 실정을 배제한 채 외국의 수직계열화만을 고집하였던 것이 사실입니다. 그 과정에서 많은 문제점들이 노출되었고 수평계열화가 다시 관심의 대상이 되고 있습니다. 한강식품과 우리가 수평적인 계열화체계를 수립하게 된 것도 같은 맥락이라 볼 수 있습니다. 병아리 생산부터 닭고기 가공, 유통에 이르기까지 계열화의 신개념을 도입하여 나아갈 경우 생산비 절감으로 경쟁력 제고를 충분히 기할 수 있을 것으로 봅니다. 최소비용으로 고품질의 상품을 생산할 수 있는 길은 무한히 열려있습니다.

이번 전략적 제휴를 통해 기득권 포기 및 인원감축 등 진통이 뒤따른 것은 사실이지만 결국 과잉생산으로 인한 현실의 고통은 미래를 위해 누구나 다 겪어 가야할 과정입니다. 중요한 것은 누가 통과비용을 최소화하느냐가 관건이지요. **양계**