



▶ (주)체리부로식품
(주)체리부로로 사명변경

▶ 마니커, BBQ와 제품 공급계약 체결

▶ (주)하림 오리사업 본격 진출
신규법인 (주)주원산오리 설립
부분육·슬라이스 등 다양한 제품 개발

▶ 마니커, 이마트와 제품공급계약 체결

▶ (주)하림 '월드컵 그릴링' 출시

(주)체리부로식품
(주)체리부로로 사명변경

(주)체리부로식품(대표 김인식)은 2002년 4월 1일을 기해 사명을 『주식회사체리부로』(www.cherrybro.com)로 변경한다.



이번 사명 변경은 출범 10년이 넘는 체리부로에 있어 수출산업의 활성화와 육가공 사업 진출에 따라 브랜드 마케팅의

중요성이 부각되어, 회사의 글로벌 이미지를 구축하고, 대외 인지도를 강화하기 위해 시행됐다.

회사는 사명의 간략화를 통해 국내외 고객들과 커뮤니케이션을 용이하게 하고 자사 제품의 대외적인 신용도를 높여나갈 수 있을 것으로 기대하고 있다.

또한 신선육을 포함한 독자적인 육가공 상품까지 수출을 확대하는 한편 원종계 사업 부문에서도 국제 교류를 통한 정보를 공유함으로써 보다 나은 경영 성과를 이루어 나간다는 목표이다.

지난 10여년간 지속적인 성장을 거듭해온 체리부로식품은 "(주)체리부로"로 거듭나면서 한국 내에서는 물론 세계속의 닭고기 전문 메이커로 지위를 굳혀나갈 것으로 기대된다.

**마니커,
BBQ와 제품 공급계약 체결**

**연간 1천 3백만 마리 · 4백억 매출규모
후라이드 치킨 외 7개 품목 독점공급**

닭고기 제품 전문 생산업체인 (주)마니커(대표 한형석 www.maniker.co.kr)가 BBQ와 제품공급계약을 맺었다고 최근 밝혔다.

닭고기전문 패스트푸드 브랜드인 BBQ는 현재 1,300여 개의 점포를 보유하고 있는 국내 최대 규모의 프랜차이즈로써, 4년여만에 1천 개의 가맹점을 확보하는 등 큰 폭의 성장세를 나타내 주목을 끌고 있는 기업이다.



마니커는 이번 계약을 통해 향후 3년 간 BBQ에 제품을 공급기로 했으며, 이는 연간 1천 3백만 마리, 약 4백 억의 매출 규모를 이룰 것으로 전망된다. 공급되는 제품은

신선육인 후라이드 치킨을 비롯 육가공품인 디본 바베큐 치킨, 스모크 치킨, 윙스, 불갈비 패티, 스테이크 패티 등 7개 품목으로 결정됐다.

한형석 마니커 사장은 "이번 BBQ와의 장기계약으로 안정적인 제품판매원을 확보했을 뿐 아니라, 마니커 제품의 우수성을 인정받은 것으로 평가된다"면서 "전국 곳곳의 BBQ 가맹점을 통해 마니커 브랜드를 알릴 수 있는 좋은 기회가 될 것"이라고 말했다.

한편 마니커는 오는 5월부터 TV-CF 방영을 계획하는 등 브랜드파워 강화를 위한 다양한 전략을 펼칠 방침이다.

**(주)하림 오리사업 본격 진출
신규법인 (주)주원산오리 설립
부분육·슬라이스 등 다양한 제품 개발**

주)하림(대표 김홍국, www.halim.com)이 오리사업에 본격 진출한다.



(주)하림은 그동안 육계 신선육 영업망을 통해 소극적으로 추진해 오던 오리고기 사

업을 본격화하기 위해 자본금 40억원의 신규법인 (주)주원산오리(하림 70%, 천하제일사료 20%, 제일곡산 10%)를 설립, 본격적인 오리사업에 착수하게 됐다.

현재 우리나라 오리 소비량은 하루 평균 15만 수로 계육의 1/10수준에 지나지 않으나 광우병과 구제역 등으로 닭고기와 함께 소비가 계속 늘고 있어, 3년 내에 현재 2천억에서 4천억 규모로 시장이 확대될 것으로 전망되고 있다.

특히 이번엔 (주)하림이 오리시장에 본격 진출함으로써 이미 성공한 수직 계열화 체계가 그대로 적용될 뿐 아니라, 가정에서 쉽게 조리할 수 있는 요리법과 제품개발로 종류도 다양해져 획기적인 시장확대가 전망된다.

(주)하림 김홍국 회장은 "지난해 12월 하림그룹이 출범하면서부터 오리사업을 지속적으로 검토해왔다"면서 "소비자 취향에 맞는 오리고기 2차 가공 제품과 부분육, 슬라이스제품 등 다양한 제품과 요리법 개발로 내수 충족과 함께 수출확대에 주력, 종합축산그룹으로서의 기반을 다져 나갈 계획이다"고 말했다.

한편 (주)하림은 2003년 종자오리부화, 사육, 도압(HACCP인증) 등 계육산업에서 얻은 수직 계열화 체계의 노하우를 오리산업에 접목시킴으로써 이를 국제경쟁력을 갖는 사업으로 발전시키기 위해 적극적인 홍보에 나설 방침이다.

**마니커,
이마트와 제품공급계약 체결**

**육가공 부문 연간 60억 규모
이마트연계 이벤트개최 예정**

(주)마니커(대표 한형석 www.maniker.co.kr)가 (주)신세계 이마트부문과 육가공 제품공급 계약을 체결하고, 오는 18일 입점 한다고 최근

밝혔다.

(주)마니커는 이마트에 육가공 부문 전 제품을 공급하기로 했으며, 이를 통해 현 육가공 부문에서 30%이상 매출규모가 증가할 것으로 전망했다.

이마트는 전국 46개의 점포를 확보하고 있는 국내 최대 규모의 할인점으로, (주)마니커는 이마트 입점을 계기로 연간 60억의 매출 증대 효과가 발생할 것으로 예상하고 있다. 또한 이마트와 연계해 시식 및 경품증정 등의 다양한 이벤트를 마련, 마니커 브랜드 알리기에도 힘쓸 계획이다.

한형석 (주)마니커 사장은 "이마트는 이미 많은 고객을 확보하고 있을 뿐 아니라 신세계백화점카드를 이용할 경우 무이자 할부 혜택이 제공되는 등 다양한 이점이 있어 마니커 제품 판매 확대에 큰 도움이 될 것으로 기대된다"면서 특히 최근에 출시한 꼬꼬팝, 꼬꼬스틱 제품을 중심으로 대대적인 판촉행사를 진행할 계획이다"고 말했다.

한편 (주)마니커는 현재 제품을 공급하고 있는 농협 하나로마트, 마그넷, LG마트 등을 비롯 향후 대형할인점에 마니커 제품을 추가 입점시킬 수 있도록 힘을 쏟고 있다.

(주)마니커는 오는 6월부터 TV-CF 방영을 계획하는 등 브랜드파워 강화를 위한 다양한 전략을 펼치고 있다.

(주)하림 '월드컵 그릴링' 출시

월드컵 특수 겨냥 신제품 선보여 저지방·콜라겐 함유 이용효과 우수

(주)하림(대표 김홍국 www.halim.com)이 월드컵 특수를 겨냥 '월드컵 그릴링'을 출시했다.

월드컵 개막일이 가까워짐에 따라 월드컵관련 상품출시 및 마케팅이 활발하게 펼쳐지고 있는 가운데 (주)하림은 월드컵 이미지를 부각시킨 포장지와 브랜드를 사용한 '월드컵 그릴링'을 최근 출시했다고 밝혔다.

닭날개를 오븐에 구워 가공한 '월드컵 그릴링'은 튀김제품과 달리 지방이 적으며, 가정에서 전자레인지 및 오븐을 이용해 조리할 수 있어 조리 시간이 짧고 간편하다.

기존 유통되고 있는 대부분의 닭고기 가공식품이 튀김용이라는 것을 감안한다면, 이 제품은 조리과정에서 칼로리를 낮춰 비만걱정 없이 즐길 수 있다. 또한 닭날개에는 콜라겐이 다량 함유되어 미용효과도 뛰어나다.

(주)하림은 미국의 풋볼 경기장에서 캔맥주와 함께 닭날개를 먹는 것이 보편화돼있는 것처럼 월드컵 축구경기장에서 하림의 '월드컵 그릴링'이 큰 인기를 모을 것으로 기대하고 있다.

특히 '월드컵 그릴링' 닭날개는 V자 모양을 띄고 있어 우리 축구팀의 승리를 기원하는 의미도 포함하고 있다.

(주)하림은 백화점, 할인점 등 대형유통업체를 중심으로 제품판매를 시작하며 신제품발표회, 시식행사, 소비자 경품행사 등 다양한 이벤트를 병행해 판매량을 늘릴 계획이다. 또한 월드컵 특수를 겨냥해 출시한 제품인 만큼 스포츠물통, 월드컵티셔츠 등의 특별판촉물을 증정할 예정이다.

(주)하림 한 관계자는 "조리의 간편성 및 건강을 지향하는 소비자의 욕구가 증가하고 있으며, 여기에 월드컵 특수가 맞물려 있어 한국축구팀의 16강을 기원하는 의미에서 월드컵그릴링을 출시하게 됐다"면서 "가정에서 뿐 아니라 패밀리 레스토랑, 호프집 등에 공급을 확대해 닭고기 신규시장을 개척할 것"이라고 말했다. C