

마니커, 닭고기 사업의 광역화 실현

영남·호남지역 집중 공략할 수 있는 기반 구축



지난 7월 12일 준공한 부산 사옥

최근 마니커의 공격적 경영이 업계 이목을 끌고 있다.

(주)마니커(대표이사 한형석)는 지난 5월 8일 두 번째 지방 사업장인 호남사업본부 출범식을 갖고, 수도권을 담당하는 본사와 영남권 영업을 책임지는 영남사업본부가 삼각형으로 결합된 광역 영업체제를 구축했다.

특히 호남사업본부는 이날 (주)아성과의 전략적 제휴를 통해 생산공정을 아웃소싱함으로써 초기 자본투자를 줄이는 한편, 선진적인 마케팅 전

략으로 매출의 극대화를 도모한다는 것이 특징이다.

(주)마니커는 전북 김제에 위치한 (주)아성과의 역할분담을 통해 지금까지 상대적으로 열세였던 호남지역 공략을 가속화하고 전국적인 시장 지배력을 강화해서 업계 선두권을 유지한다는 방침이다.

현재 호남사업본부는 천안 이남의 충청지역과 호남지역, 제주지역의 마니커 사업을 총괄하고 있으며, 시장공략을 위한 3개년 전략을 수립하고 진입기인 올해는 일평균 2만수, 확대기인 2007년에는 일평균 3만수, 안정기인 2008년에는 일평균 5만수를 이 지역에 판매할 계획이라고 한다. 이럴 경우 2008년도 호남사업본부의 매출액은 약 450억원에 이를 전망이다.

또 (주)마니커는 호남사업본부 출범에 이어 지난 7월 12일에는 한형석 회장을 비롯한 임직원이 참석한 가운데 부산사옥 준공식을 가졌다.

부산사옥은 자체 가공공장 및 유통시설을 활용, 부산지역에 일 5만수의 닭고기를 공급할 계획이다.

이를 계기로 (주)마니커는 대구·경북지역에서 확고한 기반을 구축한 영남사업본부와 호남사업본부, 그리고 부산사옥에 위치한 부산지점을 묶어 남부권을 연결하는 벨트를 형성, 중부권에 비해 상대



(주)마니커는 지난 7월 8일 삼계공장 준공식을 갖고 삼계시장 진출을 선언했다.

적으로 취약했던 영·호남 지역을 집중 공략할 수 있는 기반을 확고히 다졌으며, 전국적인 영업망을 확보할 수 있게 되었다.

한편 지난 7월 8일 충북 충주공장내 삼계 전용라인을 신설, 준공식을 갖고 본격적으로 삼계시장에 도 진출했다.

(주)마니커는 지난 2년동안 타사 제품을 OEM 방식으로 판매하면서 삼계시장 진출을 모색해 왔는데, 이번 전용라인 구축으로 인해 전년에 200만수 생산에 불과했던 삼계생산을 올해는 400만수까지 생산한다는 계획이다. 현재 일평균 도계수수는 약 10만수이다.

(주)마니커가 이같이 공격적인 경영을 하는 것은 지난해 창립 20주년 성년선포식을 통해 공표했던 ‘닭고기 사업의 광역화, 전문화, 세계화’라는 장기비전 중 ‘닭고기 사업의 광역화’를 이루기 위해서이다.

‘닭고기 사업의 광역화’는 마니커가 로컬 브랜드가 아닌 명실공히 전국 브랜드로 자리매김하기 위해 오랫동안 추진했던 사업으로, 호남사업본부 및 부산사육의 잇따른 영업개시를 통해 서울에서 제주까지 연결하는 광역화 사업이 더욱 속도를 낼 것으로 기대하고 있다.

한형석 회장은 “닭고기 사업의 광역화 실현은



삼계 전용라인 구축으로 하루 10만수 이상의 도계가 가능하다.



(주)마니커는 지난 5월 8일 호남사업본부 출범식과 아울러 7월 12일에는 부산사육 준공식을 갖고 영남지역에서의 영업망을 확보하게 되었다.

마니커가 2010년 친환경 생명기업으로 재탄생하기 위해서 이제 큰 산 하나를 넘은 것과 같다”며 “향후 전문화, 세계화 그리고 사업구조의 다각화를 집중적으로 추진해 명실공히 닭고기 산업의 리딩컴퍼니로 거듭날 것”임을 강조했다.

(주)마니커는 앞으로 일본과 중국, 러시아 등 주변국에 대한 수출을 강화하여 닭고기를 통한 아시아 시장의 통합을 주도해 나갈 방침이며, 뿐만 아니라 친환경 기능성 닭고기 개발로 마니커가 단순한 닭고기 업체가 아니라 닭고기를 통해 생명공학의 지평을 여는 기반을 닦는데 박차를 가할 계획이다.

2010년.

마니커의 비전이 모두 실현되길 기대한다. 