

닭고기도 기업간 거래(B2B) 시대 개막

B2B 거래 참여업체 도입 사례 - (주)하림

편집부

지난 7월 문을 연 사이버거래소는 그동안 친 환경·명품 농산물을 일반 소비자에게 파는 기업-소비자 거래(B2C)만 해왔으나 지난 10월 28일부터 농수산물의 기업간 거래(B2B)가 시작됐다. 농수산물의 기업간 사이버거래가 이뤄지기는 이번이 처음이다.

총 28개 거래 품목 중 축산분야는 계육, 돈육, 계란, 한우 등 4개 품목이 거래되는데, 본회 12개 회원사가 이에 참여하게 되었다.

본회는 회원사가 보유하고 있는 생계의 과부족물량이 외부 유통시장을 통해 거래될 경우에 발생할 수 있는 비합리적인 가격등락요인을 배제함으로써 불필요한 유통비용의 절감은 물론 닭고기 가격의 안정을 도모하기 위해 본 B2B 사업을 추진하게 된 것이다.

지난 10월 28일 aT센터에서 열린 B2B 개장식에서는 거래 일부 참여업체의 사례 발표가 있었는데, 계육분야에서는 (주)하림이 사이버거래 도입 사례에 대해 발표했다.

1. 회사 현황

(주)하림은 통합경영을 통해 1차 산업인 농업을 2·3차 고부가가치 농식품산업 모델로 격상시킨 대한민국 최초의 수직계열화 사업 발상지로 축산업의 발전 가능성을 보여준 사

업모델이다.

- 원종계 : 37천수 사육(DD 우 라인 기준)
- 종계사육 : 55농가, 148만수 사육
- 육계사육 : 543농가, 연간 1.1억수 사육
- 부화 : 4개 부화장, 1.4억개 부화(종란 부화시설)
- 사료 : 연간 300천톤 생산(종계 및 육계 사육 위한 사료)
- 신선육 가공 : 염지육 외 400종(자동화된 설비로 도계)
- 육가공 : 치킨너겟·용가리치킨 외 350종 (닭고기를 원재료로 2차 가공품 생산)
- 국내유통 : 국내 소비자에게 공급
- 수출 : 삼계탕(일본, 대만, 홍콩)

2. 계육사업 현황

- 1인당 닭고기 연간 소비량 : 13kg
- 전체 계육 시장 75% : 21개 계열화 업체
- 전체 계육 소비 규모 : 전체 육류 180만톤 중 43만톤(24%)
- 전체 계육 출하 규모 : 1조 275억원
- 전체 계육 소비시장 : 1조 8,000억원

3. 추진배경

- 계열업체간 거래 현황

B2B 거래 참여업체 도입 사례 - (주)하림



- 정보소통 부재에 따른 수요/공급 불일치
→ 가격 급락의 원인
- 특정 규격 덤핑 판매 → 규격별 공급 균형 불일치
- 짧은 유통기간에 대한 부담 → 냉동 보관 시 보관비 증가

■ 계열화 업체간 on-line B2B 필요성

- 목적 : 계열사간 제품판매 및 교환
- 필요성 : 적시 수요/공급 일치로 가격 안정화
- 효과 : 소비자 품질 개선 및 농가/계열주체 손실 예방

4. 그 동안의 추진사항

- 2009. 4 : 회원사의 거래실태조사 및 B2B 거래 시스템 필요성 합의

- 2009. 5 : 계육협회&사이버거래소 1차 협의
- 2009. 8 : 도입 확정, 협회에서 회원사 모두가 참여할 수 있도록 공문 조치
- 2009. 9 : 정산소 이용 관련 협의
- 2009. 10 : 계육협회 거래 개시

5. 기대 효과

- 기존) 수요/공급 불일치, 가격급등락 → 개선) 적시수요 /공급 일치, 시세안정화
- 기존) 특정재고 과다, 덤핑판매 → 개선) 재고안정화, 소비자 품질 개선
- 기존) 짧은 유통기한, 냉동 보관료 증가 → 개선) 재고 즉시 처리, 보관비용 감소
- 기존) 수급정보 부재, 수급 불안정 → 개선) 산지, 도·소매 정보, 수급조절 가능
- 기존) 중간 중개상 거래비용 발생 → 개선) 중개 수수료 절감
- 기존) 복잡한 결제수단, 행정비용 → 개선) 사이버거래소 정산소 이용, 비용절감