Farmsco

팜스코의 품 FARMSCO Quarterly Magazine • 2024 vol.57

품 Foom



Farmsco Algorithm

FARMSCO QUARTERLY MAGAZINE
2024 / vol.57

CONTENTS

팜스코의 품

2024년 통권 제57호

제호 팜스코의 품 **종별** 정보간행물 **간별** 계간
신고번호 안성, 바00002
신고일자 2017년 2월 11일
발행인 주식회사 팜스코 김남욱
편집인 김영은
발행소 경기 안성시 미양면 제2공단4길 33(계륵리)
발행일 2024년 9월 11일
편집위원 경영지원실 / 김영은
사료사업본부 / 이혜곤
식품사업본부 / 권용준
축산과학연구소 / 이춘근
팜스코바이오인티 / 김현정
고객경영지원본부 / 이지완
기획·디자인 ㈜꽃을담다 02-325-9640

#FARMSCO Special

04 **Opening**
Farmsco Algorithm

06 **스페이스 알고리즘**
공간이 주는 업무의 가치,
팜스코 스페이스



12 **마케팅 알고리즘**
팜스코를 확장하는 새로운 시도,
마케팅 알고리즘을 구축하라!
식품사업본부 브랜드마케팅팀

20 **연구 알고리즘**
BRAND NEW, NEW RUN!
팜스코 축산식품연구소

26 **현장 알고리즘**
고품질 돼지를 생산하기 위해 오늘도 현장으로!
팜스코바이오인티 비육계열사업부 비육계열팀

30 **한우 알고리즘**
사육을 넘어 지속가능한 혁신으로!
이들의 도전은 계속된다
한우사업본부

34 **오돼수의 돼고리즘**
누구냐, 너! 전국의 하이포크 맛집을
찾아다니는 수상한 두 남자의 정체는?

38 **Photo Essay**
여름의 끝자락

39 **직장인 건강상식Tip**

#FARMSCO Life

40 **팜팜피플1**
넷이 함께 하는 '모든' 순간이 해피데이!
식품 마케팅실 김현지 사원,
회계1팀 서현영 사원, 인사팀 김세윤 사원,
플랫폼사업팀 곽지은 사원



44 **팜팜피플2**
달리기로 건강과 행복을 찾았어요!
팜스코 러너 삼인방 이야기
중부생산팀 임주현 사원,
이종훈 사원, 이신영 사원



48 **팜소리 한마당**
하나의 장단 기준에 맞춰 Play it!
사물놀이로 화합과 소통의 기회를
사료사업본부 S4본부 사물놀이단 팜소리

52 **팜콘테스트**
활력 가득 팜! 콘테스트

54 **하이포크의 요리교실**
된장이 킥! 감칠맛을 더한
돼지고기 김치찌개



56 **팜스코 가이드**
숙소를 중심으로 떠난
우란의 발리 여행기
사료사업본부 S1본부 우란 사원



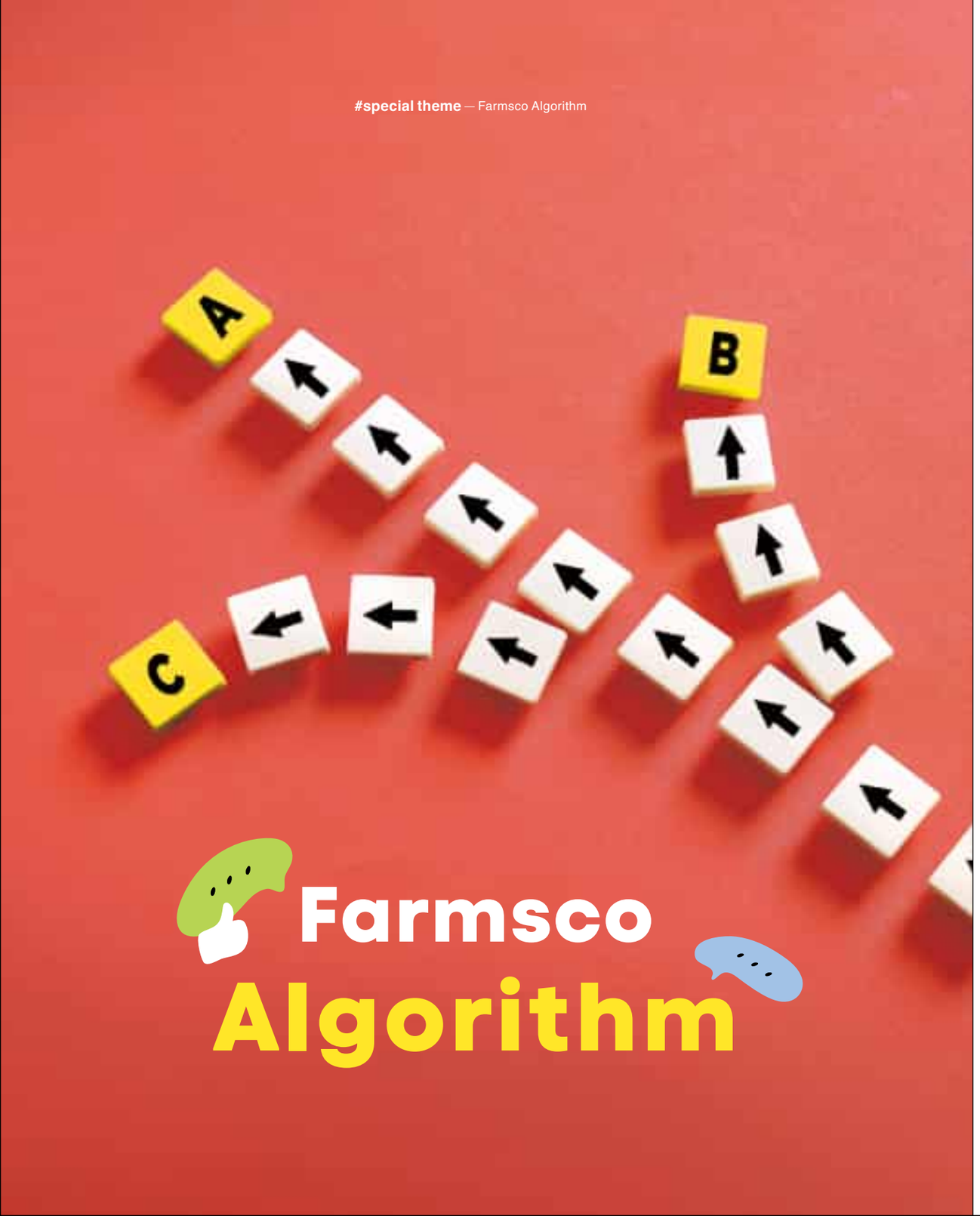
62 **취미중개소**
팜스코인들이 여가시간을 즐기는 법
팜엔코 환경기술사업부 김란영 사원,
식품사업본부 신선영업4팀 박종흥 사원

64 **Farmsco Challenge**

66 **Farmsco News**

69 **오! 해피데이**

70 **Farmsco Event**



Farmsco Algorithm

과거 '알고리즘'은 컴퓨터 과학에서 방대한 범위 내 문제 해결 방법을 정의한
일련의 단계이자 절차를 뜻했습니다. 하지만 최근 '알고리즘'이라는
단어를 듣는다면 대부분의 사람들은 한 가지 정의를 떠올릴 텐데요.
바로 빅데이터를 기반에 둔 협업 필터링 알고리즘입니다.

생소하다고요?
들어본 적은 없더라도 경험해 본 적은 있을 겁니다.
인터넷 쇼핑 한 번 즐겼을 뿐인데 그다음부터 어느 페이지에서나
해당 상품이 광고로 뜨는 경험, 누구나 한 번쯤은 있을 텐데요.

독심술도, 마법도 아닙니다.
우리가 이전에 선택한 콘텐츠를 분석하여 유사한 콘텐츠를 추천하고,
이를 선택하면 알고리즘이 더욱 강화되는 원리로 추천 광고가 뜨기 때문입니다.
이처럼 협업 필터링 알고리즘은 같은 콘텐츠를 좋아하는 사람은
콘텐츠 취향이 비슷할 것이라는 가정에 기반한 알고리즘으로,
다양한 쇼핑몰은 물론 OTT 서비스와 SNS도 이를 이용하고 있습니다.
인스타그램에서 고양이 릴스를 즐겨 보는 이의 추천 탭에는 고양이가,
야구를 주로 보는 이의 추천 탭에는 야구가 가득하죠. OTT 플랫폼에서
영화를 감상하고 나면 비슷한 장르의 다른 영화들이 추천 탭에 뜨는 것도
같은 원리입니다.

그렇다면 팜스코는 팜스코의 알고리즘을 어떻게 구축하고 있을까요?
어떻게 팜스코의 협업 필터링을 구축하고,
어떻게 새로운 소비자들을 끌어들이고 있을까요?

공간이 주는 업무의 가치 팜스코 스페이스

글. 편집실
사진. 이원재

업무환경으로서 '공간'은 단순히 일을 하는 공간 그 이상의 가치를 가진다.
소통하고 협업하며 새로운 가치를 만들어내는 사무실은 때로는 동기 부여의 장이 되기도 하고,
때로는 크리에이티브한 발상이 시작되는 시발점이 된다. 지난 6월, 팜스코가 사무실 이사를 통해
알고리즘의 새로운 도식을 만들어냈다. '축산식품 산업을 선도하여 고객의 행복한 삶에 기여한다'는
목푯값에 한 발짝 더 다가간 뉴 오피스를 찾아가 봤다.









#팜스코 본사

**7층의 로비에는 백월 디자인과 영상을 통해
팜스코의 핵심 가치를 담았다. 1973년부터 지금까지,
팜스코가 걸어온 발자취가 고스란히 녹아 있는
액자 구성도 돋보인다.**







New Space



탁 트인 공간을 통해 언제나 동료들과 함께 업무에 대한
논의가 가능한 이곳, 팜스코의 사무실. 탕비실에서도 간단한
회의를 할 수 있다. 6층에 가면 찌복이가 우리를 반겨준다.
더욱 활기찬 팜스코를 만들어 가기 위한 '인사를 합시다'
사내 문화 캠페인도 눈에 띈다.

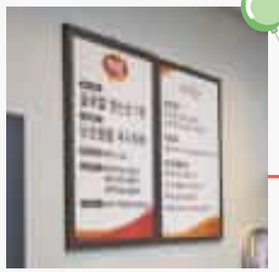


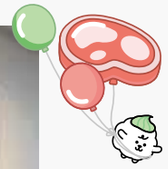


Farmsco Campaign









Communication &
Collaboration







New Farmsco!



#팜스코 바이오인티

지난 7월, 팜스코바이오인티는 안전하고 깨끗한 계열화 사업에서
가장 중심이 되는 방역을 위해 평택으로 독립했다. 구성원들의 현장 업무가
많은 만큼, 내근 시에는업무 집중도를 높일 수 있는 사무실 구조가 특징이다.
또한 회의실은 고객에게 최상의 품질과 최고의 서비스를 제공하기 위해
구성원들이 서로 의견을 주고 받는 소통과 협업의 장이기도 하다.

팜스코를 확장하는 새로운 시도, 마케팅 알고리즘을 구축하라!

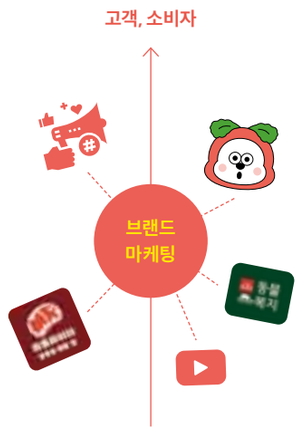
식품사업본부
브랜드마케팅팀

글. 이미리
사진. 이원재



지속가능성, 가치소비, 고단백, 유기농, 영양성분 등 소비자의 니즈가 더욱 세분화되고 복잡해진 신선육 시장에서 성공적인 세일즈를 위해서는 더욱 정교한 마케팅 전략이 필요하다. 소비자가 원하는 가치를 찾아내 의미 있는 연결을 구축하고, 마음을 사로잡아야하는 것이다. 끊임없이 진화하는 디지털 마케팅 세계에서 팜스코는 소비자의 심리를 어떻게 파악하고, 어떤 마케팅을 펼치고 있을까. 하이포크 마케팅 알고리즘이 어떻게 펼쳐지고 있는지 그 답을 듣기 위해 식품사업본부 브랜드마케팅팀을 마주했다.

팜스코의 새로운 모습을 알게 됐다면 아마도 식품사업본부 브랜드마케팅팀의 손에서 탄생했을 가능성이 크다. 그만큼 브랜드마케팅팀은 새로운 도전을 통해 팜스코에 새로움을 입히는 역할에 열정적으로 임하고 있다. 팀을 이끌고 있는 임흥식 팀장은 “디지털 마케팅 시장이 빠르게 변화하면서 그에 맞는 마케팅적 요소 또한 함께 변화가 필요한 시점으로, 여러 가지 새로운 전략을 시도하는 과정에 서 있다”며 브랜드마케팅팀에서 진행하고 있는 하이포크 마케팅 방향에 대해 운을 뗐다.



고객의 만족을 먼저 생각하는 마케팅

기존에는 B2B 패커 입장에서 세일즈 중심의 마케팅 전략을 취해왔다면 현재는 엔드유저(end-user), 즉 최종 소비자에게 다가갈 수 있는 디지털 중심의 마케팅을 적극적으로 펼쳐가고 있습니다. 오프라인에서 온라인으로 소비 주도권이 축을 바꿔가고 있지만, 어떻게 보면 마케팅의 최종 목적은 같다고 볼 수 있습니다. 엔드유저인 고객, 소비자에게 어떻게 하면 만족감과 효용감을 충족시켜줄 수 있을지를 가장 큰 이슈로 생각하기 때문이죠. 그를 위해서 하이포크 브랜드의 신선육과 육가공, 동물복지까지 어떻게 접근하고, 어떤 방법으로 진행할 것인지 치열하게 고민하고 있는데요. 현재는 각 사업 성향이나 제품에 맞춰 캠페인, 유튜브 채널, 온라인 뉴스룸, 캐릭터 개발 등 디지털 중심의 다양한 마케팅을 진행하고 있습니다. 작년 신선과 육가공본부가 통합되고 나서 상품을 기획하거나 마케팅하는 데 있어 시너지 효과가 생긴 일도 빼놓을 수 없는데요. 같은 사업부, 같은 마케팅실에서 제품에 대해 논의하다 보니 좀 더 효율적인 프로세스를 만들어가고 있는 것 같습니다. 특히 이전에는 소속된 사업부의 일을 주력으로 했다면, 이제는 PM분들도 서로 의견도 내면서 소통도 하고, 마케팅실에서도 육가공이나 신선을 따로 나누거나 가리지 않고 접근하면서 업무 소통 면에서 긍정적인 측면이 많이 생겼습니다.



임흥식 팀장







Value-driven Consumption



소비자의 선택을 부르는 흥미로운 동물복지 캠페인

팜스코는 지난해 돼지고기 동물복지 브랜드를 론칭했습니다. 그리고 현재 전체 시장 규모의 70%를 점유하며 시장 선두 주자로 진입을 한 상태입니다. 생산농장, 도축, 물류운송까지 세 가지 부분 모두 동물복지 인증을 취득한 회사는 저희가 유일합니다. 신선육은 믿음과 안전, 신뢰성이 무엇보다 중요하기 때문에 하이포크 동물복지만의 차별점을 소비자에게 잘 알리기 위해 다양한 커뮤니케이션 방법을 시도하고 있습니다. 동물복지 관련 브랜드 영상 제작 및 브랜드 캠페인을 시작으로, 셰어러블 콘텐츠 제작의 일환으로 동물복지 관련 취향테스트를 만들어 소비자들에게 배포하며 1만 건 이상 공유되는 성과를 얻기도 했습니다. 이와 함께 동물복지 관련 내용을 살펴볼 수 있는 브랜드 페이지 및 동물복지를 홍보하는 찌복이 캐릭터를 만들어 동물복지 개념을 소비자가 이해하기 쉽고 편하게 받아들일 수 있도록 마케팅하고 있습니다.

고객의 취향과 경험을 담은 빅 브랜드로의 성장을 위해

결국 소비자에게 잊히는 브랜드는 시장에 존재할 수 없습니다. 소비자가 믿을 수 있는 제품, 재밌게 즐길 수 있는 제품들을 만들어 하이포크를 지금보다 더 높은 인지도를 가진 브랜드로 성장시킬 계획입니다. 이를 위해 온라인에서는 소비자를 좀 더 쉽게 만날 수 있는 쿠팡, 컬리 등에 제품을 판매하기 위해 노력을 기울이고 있고, 한걸음 더 가까이 고객들의 생활 속에 녹아들고자 배달 플랫폼 사업인 미트라이더를 론칭했습니다. 앞으로 플랫폼과 온라인 사업들이 잘 성장해가기 위해서는 데이터를 이해 및 분석하고, 정교하게 마케팅에 활용할 수 있는 데이터 마인드가 전사적으로 형성되어야 한다고 봅니다. 지금 생각하고 있는 이런 부분들이 잘 결합되어 플랫폼과 온라인 사업이 좋은 결실을 보길 바라고 있습니다.

Big Brand



Farmsco Brand Marketing

역동적이고 경쟁적인 마케팅 환경 속에서 브랜드마케팅팀은 섬세한 분별력과 폭넓은 식견, 남다른 공감력을 발휘해 기업의 변화를 이끌고, 고객에게 새로움을 선사하고 있다. 새로운 도전을 통해 패러다임을 바꾸며 팜스코의 새로운 시대를 열어가고 있는 브랜드마케팅팀을 소개한다.



●○○○

더 심플하고 편리하게, 친절한 자사몰로 거듭나다!

고객에게 신선하고 풍성한 맛을 선사하는 하이포크몰과 뉴채널 온라인사업팀 디자인과 관련된 전반적인 운영을 담당하고 있습니다. 자사몰 활성화를 위해 올해 근로자의 날에는 내부고객인 임직원분들에게 하이포크몰을 이용할 수 있도록 하였고, 하반기에는 외국인 직원들이나 연세가 있으신 분들까지 누구라도 편리하고 쉽게 이용할 수 있도록 심플하게, 친절함을 기반으로 한 디자인적 요소를 살려 리뉴얼할 계획입니다. 오프라인과 온라인 마케팅을 일관성 있게 유지하기 위한 활동도 하고 있습니다. 슬로건에 맞게 하이포크 브랜드마크에도 변화를 주었는데요. 열정과 신선육을 상징하는 레드컬러에, 하이라이트를 강조하는 블랙과 화이트까지 세 가지 컬러를 중심으로 톤앤매너를 정했습니다. 디자인을 통해 구매로 연결되는 부분도 있기 때문에 이러한 변화를 통해 소비자분들이 어떤 반응을 보여주실 지도 기대가 됩니다. 앞으로 하이포크몰의 매출 증대를 위해 다양한 프로젝트를 통한 온라인 마케팅에 집중할 예정입니다. 또한 스마트스토어에서도 하이포크를 브랜드몰로 등급을 올려 하이포크를 알리고, 소비자분들에게 더 많은 혜택을 드리는 게 목표입니다.

hypork.com



고인희 대리

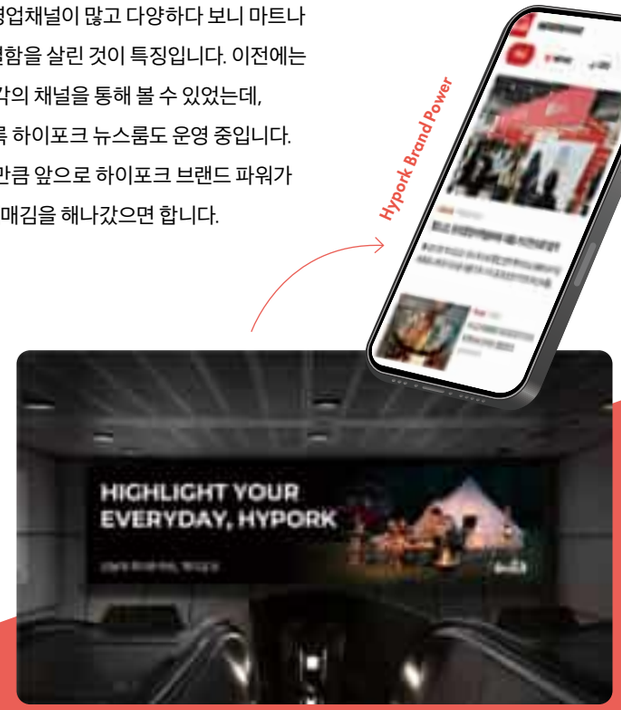
"나의 하이라이트는 바로 지금!"

브랜드마케팅팀에 오기까지 사료사업본부와 육가공사업본부를 거친 만큼 누구보다 다양하게 업무 스펙트럼을 경험하며 넓혀왔다고 자부한다. 건축설계학을 전공했지만 기획부터 디자인, 마케팅에 이르기까지 맡은 업무를 척척 해낼 만큼 팀에서는 전천후 같은 존재. 앞으로 워킹맘이기 때문에 알고 있는 지식이나 필요성을 살려 아이들과 주부를 타겟으로 한 신제품을 만들어 하이포크와 하이포크몰 홍보에 도움이 되고 싶다는 바람을 가지고 있다.

●●○○

하이포크 브랜드 파워를 키워가는 첫걸음!

하이포크는 지난 30년이라는 오랜 시간동안 많은 사랑을 받아온 브랜드인데요. 올해에는 고객들에게 하이포크 브랜드가 조금 더 신선하고 한층 더 친근한 이미지로 다가가고자 브랜드 슬로건을 새로 기획하게 되었습니다. '오늘의 하이라이트, 하이포크'는 생일파티나, 졸업식, 취업 등 우리 인생의 하이라이트가 되는 순간들 속에 늘 하이포크가 있었다는 스토리를 담고 있는데요. 또 이와 반대로 힘들고 위로가 필요한 순간에도 우리는 가족이나 친구들과 함께 쉽게 접할 수 있는 돼지고기를 찾게 되는데, 이렇게 아무것도 아닌 일상도 하이포크와 함께라면 하이라이트로 바꿀 수 있다는 메시지로도 풀이할 수 있습니다. 하이포크 관련 영업채널이 많고 다양하다 보니 마트나 식당에서 사용할 때도 쉽게 변형할 수 있도록 간결함을 살린 것이 특징입니다. 이전에는 식품사업본부에서 진행하고 있는 콘텐츠들을 각각의 채널을 통해 볼 수 있었는데, 브랜드 관련 소식들을 한 곳에서 모두 볼 수 있도록 하이포크 뉴스룸도 운영 중입니다. 하이포크가 식품사업본부를 대표하는 브랜드인 만큼 앞으로 하이포크 브랜드 파워가 커져 시장에서 큰 영향력을 끼치는 브랜드로 자리매김을 해나갔으면 합니다.





이지현 대리

"Now or Never!"

'세상의 모든 일은 기획(마케팅)'이라 생각하는 천상 마케터. 삶의 모토처럼 '지금이 유일한 기회'라는 마음가짐으로 무슨 일이든 다 직접 도전해보고 있다. 누구보다 도전정신이 강하고 업무에 진심인 편. 마케팅에서는 브랜드에 대한 일관성을 관리하고 유지하는 일이 가장 중요하며, 한번 정한 일을 제대로 진행시키기 위해서는 어떤 상황에서도 흔들리지 않는 고집도 필요하다고 생각한다.

MEAT ROUTINE

BETTER MEAT
BETTER ME

New Brand

●●●○

소비자의 삶 속에 녹아드는 가치 있는 브랜드의 탄생

최근 '자기발전을 위해 일상을 가치 있게 보내는 의식적인 습관'을 가리키는 리츄얼이 새로운 트렌드로 떠오르고 있는데요. 미트루틴은 건강한 삶을 추구하는 소비자들을 위해 고단백, 고함량, 저당을 콘셉트로 만들어진 브랜드입니다. 이름처럼 좋은 고기로 건강한 식습관을 가질 수 있도록 도우며 이로써 소비자의 삶 속에 녹아드는 브랜드가 되었으면 하는 바람입니다.

육가공 핵심 브랜드 탄생을 목적으로 기획된 '미트루틴'은 팜스코 B2C 대표 브랜드로 성장 시킬 계획이며, 10월 출시 예정입니다. 또한 추석을 앞두고 론칭되는 천평한우는 팜스코 사료를 먹고 천평농장에서 자라 식품본부가 '유통 및 세일즈까지 책임지는' 의미 깊은 자사 한우 브랜드입니다. 천평한우의 브랜딩은 첫맛이 설렘으로 가득 찼으면 하는 생각에 '설렘'이라는 컨셉으로 브랜딩을 구축하고 있습니다. 자사 한우 브랜드 첫 출시 브랜딩과 마케팅을 맡아 막중한 책임감과 자부심을 가지고 일하고 있습니다. 마케팅 외에도 출하부터 물류까지 전 과정을 접하면서 배워 나가고 있으며 천평한우 브랜드가 향후 팜스코의 핵심 비즈니스가 될 수 있었으면 좋겠습니다. 마지막으로 소비자들에게 하이포크 동물복지를 알리기 위한 친근한 매개체로서의 역할을 부여받은 찌복이(복지를 거꾸로 한 이름)는 앞으로 인플루언서로 커나가며 팜스코 식품 브랜드를 알릴 계획인데요. 찌복이를 탄생시킨 장본인으로서 긍정적이고, 건강한 사고를 가진 찌복이가 앞으로 많은 사랑을 받으며 성장해나갔으면 좋겠습니다.





김지원 사원

"If it is not fun, why do it!"

모든 일에서 재미를 찾고, 어떤 일이든지 일단 가감 없이 도전하는 걸 즐기는 성격. 인하우스 브랜드 마케터로서 전체를 책임질 수 있는 브랜드는 있어야겠다는 마음가짐으로 미트루틴과 천평한우를 기획했다. 동물복지 캐릭터 찌복이도 기획 단계부터 완벽하게 맘에 들지 않으면 세상에 내놓지 않겠다는 생각으로 준비했다고. 평소에도 '저건 왜 저렇게 팔렸지? 이 물건은 왜 이렇게 바뀌었을까?' 라는 'why'를 던지며 마케팅 관점으로 세상을 보며 영감을 얻고 있다.

New Platform

●●●●

고객과의 새로운 접점, 또 하나의 소통 창구를 만들다!

지난 6월, 현재 우리나라 유일의 정육점 중심의 온라인 배달서비스 어플인 '미트라이더'가 새롭게 태어났습니다. 고객들이 좀 더 고기를 쉽게 구매할 수 있는 방법이 없을까라는 고민 끝에 만들어진 미트라이더는 향후 하이포크 수익창출에도 큰 도움이 될 것으로 예상하고 있습니다. 배달플랫폼 자체가 몸집이 큰 마케팅 캠페인이 진행되는데, 적은 예산으로 큰 효율을 내기 위해서 한층 구체적이고 디테일한 마케팅 기획이 필요했습니다. 정육점 가맹점주를 위한 매출 증대 토탈 솔루션 서비스부터 실질적 주문 증대를 위한 소비자 타깃 프로모션 운영까지, 실현 가능하면서도 규모와 필요에 알맞은 마케팅을 찾기 위해 버린 아이디어들도 수없이 많죠. 매출과 다운로드 수 증가에 도움이 되고자 가맹모집 홈페이지와 홍보영상, 사용설명서 영상, 판촉물 등을 제작했고, 지역을 타겟으로 한 당근마켓도 활용하고 있습니다. 그 외 하이포크몰, 하이포크 SNS, 육가공 브랜딩 등 부담도 있었지만, 다양한 업무를 담당하면서 하이포크 브랜드 마케터로서 한 단계 성장하는 시간이었습니다.





권용준 사원

"하고 싶은 일을 하다보면 뭔가가 되어있을 것이다"

입사 때부터 소셜 SNS를 꼭 해야한다고 지속적으로 어필을 했고, 지난해에 드디어 정규 콘텐츠인 오돼수와, 젊은 감각의 새로운 시도였다고 평가받는 더하입 캠페인을 진행했다. 최종적으로는 팜스코의 시작부터 끝까지 일하는 방법을 진정성 있게 보여주면서 '진짜 팜스코'의 모습을 다큐멘터리 형식으로 찍는 것이 목표다. 더하입, 오돼수, 다큐까지 3가지 콘텐츠는 직접 기획한 '결정-3부작'으로, '중요한 순간마다 무수한 결정들을 내리면서 지금의 모습이 만들어졌다'는 주제를 담고 있다.

목표의 의미와 필요 이유를 명확하게 알고 움직이는 사람들은 지금 이 순간에도 앞서 나아가고 있다.
남다른 사고방식과 행동력으로 성과를 만들어내기 때문이다. 새로운 출발을 알린 지 이제 막 한 달여,
축산식품연구소는 누구보다 뚜렷한 신념과 선명한 목표를 가지고 팜스코의 가치를 키워가며
지속가능한 축산의 미래에 한걸음 가까이 다가가고 있었다.

글. 이미리
사진. 이원재

BRAND NEW, NEW RUN!

팜스코 축산식품연구소



새롭게 달라진 축산식품연구소에 대해 소개 부탁드립니다.

홍종욱 연구소장(이하 홍종욱 박사) 지난 7월 1일, 축산과학연구소가 축산식품연구소라는 이름으로 새 출발을 하게 되었습니다. 가장 큰 변화 중 하나는 이번 기회를 통해 각 본부에 있던 소속되어 있던 박사님들이 축산식품연구소로 통합되었다는 점인데요. 팜스코가 지금까지 끊임없는 연구개발을 통해 기술혁신을 주도하며 우리나라 대표 축산식품전문기업으로서 그 길을 걸어온 만큼, 앞으로도 실효성 있는 협업을 통해 시너지를 내며 산업환경 변화에 빠르고 능동적으로 대처해나갈 것을 기대하고 있습니다.

급변하는 시장 환경 속에서 현재 조직별 가장 큰 이슈는 무엇인가요?

김영태 식품R&D 담당(이하 김영태 박사) '삼겹살의 과지방'이라고 할 수 있겠습니다. 아쉬운 점은 삼겹살의 지방 자체가 좋지 않다는 정보만 부각되며 소비시장에 큰 부담을 주고 있다는 건데요. 제대로 된 정보를 알리기 위해 관련 연구를 지속해야 합니다. 동시에 고객마다 원하는 삼겹살의 지방 비율이 다른 경우가 많습니다. 고객의 니즈에 맞는 맞춤형 삼겹살을 공급할 수 있는 시스템도 함께 만들어 나가야 할 것 같습니다.



<팜스코 축산식품연구소>

❶ 김영태 식품R&D 담당
❷ 김두현 축우R&D 팀장
❸ 박재원 R&D팀 과장
❹ 김광현 계열사업R&D 담당
❺ 홍종욱 연구소장
❻ 최영조 양돈R&D 팀장
❼ 김정한 환경기술팀장
❽ 이춘근 환경기술팀 차장

김광현 계열사업R&D 담당(이하 김광현 박사) 육종개량으로 총산자수를 높여 복당이유두수를 증대시키는 과정을 통해 자돈 생산원가를 낮추는 업무에 집중하고 있습니다. 또한 비육돈 생산원가의 가장 큰 영향을 미치는 사료요구율 개선이 가장 중요한 개선 과제입니다. 이 모든 것의 키워드는 생산 원가이며, 양돈계열사업의 가장 큰 이슈입니다.

최영조 양돈R&D 팀장(이하 최영조 박사) 양돈영양을 담당하는 직무에서 주요 이슈라고 한다면 크게 두 가지 방향으로 생각하고 있는데요. 첫 번째는 어렵고 힘든 양돈사업 환경에서 경영을 이어나가고 있는 고객 농장 대표님들을 향해 있습니다. 팜스코 양돈영양 프로그램과 서비스를 통해 사업을 성공시키고, 이를 통해 지속가능한 양돈사업을 할 수 있어야 한다는 것입니다. 두 번째는 팜스코 양돈영양 프로그램을 통해 생산된 축산물이 최종 소비자의 요구에 부합되어야 한다는 것입니다. 여기에는 최종 소비자가 가치소비를 할 수 있도록 동물복지 축산물이나 탄소중립 솔루션이 접목된 축산물 생산 등도 주요 이슈라고 생각합니다.

김두현 축우R&D 팀장(이하 김두현 박사) 축우에 있어 최근에 가장 큰 이슈 중의 하나는 메탄저감 프로그램 개발입니다. 축우가 탄소중립 문제에 있어 역행하는 축종이라는 잘못된 인식이 산업전반에 확산되어 있기에 전환하기 위한 문제해결도 가장 시급합니다. 이와 함께 한우 고급육 프로그램 개발도 중요한 이슈입니다. 한우를 사육하는 고객농장의 수익 극대화를 통해 지속가능한 한우사업을 영위하는 것입니다.

그동안 윈맥스, 맥스나인 등이 베스트셀러 꾸준한 사랑을 받아왔는데, 새롭게 출시된 사료가 있는지 궁금합니다.

김두현 박사 2018년부터 수년간 준비해 온 번식우맥스가 올해 3월 출시되었습니다. 산모들이 가장 좋은 케어를 받아야 하듯이 송아지를 생산하는 어미소도 좋은 케어를 받아야 한다는 생각에서부터 출발한 프로젝트입니다. 목표대비 200%의 판매량을 달성하며 예상보다 빠른 실적을 보여줬고, 현재 가장 핫한 제품이 됐습니다. 번식우맥스를 중심으로 현재 번식우 제품군을 재구성할 계획이며, 하반기에는 송아지 성장을 초기에 극대화시킬 수 있는 '맥스 베이비/카프' 신제품을 출시할 예정입니다.

최영조 박사 2023년은 팜스코 창립 50주년이 되는 해였습니다. 이를 기념하기 위해 1년 전부터 기획, 준비 과정을 거쳐 프리미엄 라인 윈맥스50솔루션을 작년 9월에 출시했습니다. 윈맥스50솔루션은 농장에서 발생할 수 있는 여러 유형의 문제를 효율적으로 해결할 수 있는 프로그램입니다.

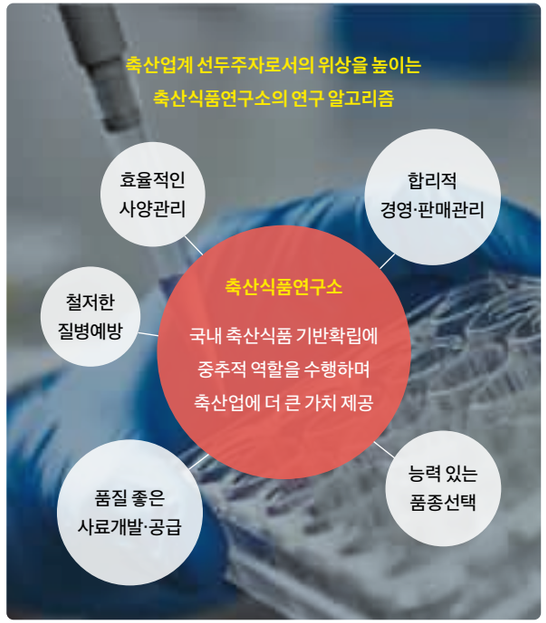
새롭게 도입한 신기술이나 팜스코만의 독보적인 시스템이 있다면?

홍종욱 박사 지금까지 수십종류의 신제품이 출시되고 사장되는 과정을 거치면서 유일하게 주력제품으로 스테디셀러의 자리를 굳건히 지키고 있는 제품이 있습니다. 특정 제품이라기 보다는 팜스코에서 2006년에 업계 최초로 개발하여 적용한 사료가공 공법으로, 바로 MS(Multi-balanced synchronizing methods) 공법입니다. MS 공법은 용적중을 혁신적으로 개선하여 사료섭취량을 극대화한 공법입니다. MS 공법이 적용된 제품은 지금도 팜스코 양돈사업의 주력제품에 적용되고 있습니다. 또한 팜스코는 단순히 제품을 판매하는 회사가 아닙니다. 고객농장의 사업 성공을 위해 축산전문 컨설팅 조직을 갖추고 있습니다. 축산식품연구소의 환경기술팀은 고객농장의 돈사의 환경개선 컨설팅뿐만 아니라, 돈사 신축과 리모델링 컨설팅까지 가능합니다. 이와 함께 최영조 박사와 박재원 박사는 사양관리 컨설팅 능력을 갖추고 있으며, 김광현 박사는 고객농장의 종돈관련 솔루션 제공을 통해 유전적인 측면의 사육성적 개선 컨설팅 능력을 보유하고 있습니다. 축산업의 가장 골칫거리라 할 수 있는 분뇨처리를 수익모델로 창출하고 있는 팜엔코는 팜스코의 가장 큰 자랑거리입니다. 이러한 팜스코만의 독보적인 시스템은 경쟁사 대비 초격차 우위를 점하는 시스템이라 자부할 수 있습니다.



팜스코 사업과 관련된 사회적 이슈와 트렌드에 민감하게 대처하며 선점을 통해 시장을 주도적으로 이끌어 가려고 합니다







VCS200 삼겹살 내 지방비율 측정 결과

김영태 박사 팜스코하면 동물복지 생산 시스템을 빼놓을 수 없습니다. 사육부터 운송, 도축까지 세 가지 단계에서 동물복지 인증을 받은 회사는 팜스코가 유일하며, 동물복지 돈육 시장의 70% 수준의 점유율을 확보하고 있기도 합니다. 또한 고객 맞춤형 제품 공급을 위해 올 초 VCS 2000(돼지 도체품질 측정기) 등급판정 기계를 도입해 삼겹살의 지방량 예측에도 신경 쓰고 있습니다.

김광현 박사 작년에 프랑스로부터 핵돈군이 입식되어 종돈사업을 시작한 두 번째 GGP농장을 소개해 드리고 싶은데요. 완벽한 환경제어 및 최신 분뇨처리 기술이 접목된 농장으로 지속가능한 양돈산업의 모델을 제시하고자 건축된 양돈농장입니다.

김두현 박사 번식우맥스 제품은 맥스힛기술(Max-Heat Nutrition)이 탑재되어 있어, 분만 간격을 1년 1산까지 단축하여 생산비를 절감할 수 있는 혁신적인 프로그램입니다. 또한 송아지 초기성장을 극대화하기 위해 9월에 출시된 '맥스 베이비/카프'는 대사각인 기술을 접목하여 이유 후 배합사료 섭취량을 높이는 전략이 녹아 있는 제품입니다. 번식우 맥스 출시를 시작으로 송아지 단계에서 초기 성장을 극대화시키는 '맥스 베이비/카프' 프로그램이 완성되었습니다. 다음 계획은 고급육을 생산하는 '맥스 슈프림 비육프로그램'을 개발하는 것입니다. 한우사업본부와 오랜 시간 시스템적으로 연구된 다양한 기술들을 통해 '맥스 시리즈'가 개발되고 있고, 팜스코 축우 부문 시그니처 제품군으로 자리잡고 있습니다. 내년도 '맥스 슈프림 비육프로그램' 개발이 '팜스코 맥스 시리즈'의 화룡점정이 될 것으로 기대하고 있습니다.



하이포크 브랜드에 특정적인 균일한 돼지고기
생산을 위한 육종개량을 통해 축산식품 전문기업
팜스코의 우수성을 알려가고 싶습니다

연구소에서 역점을 두고 추진해 나갈 방향성을 알려주신다면?

홍종욱 박사▸ 팜스코는 축산식품업계의 선두주자로서 지속적인 연구를 통해 축산식품 시장의 변화에 맞춰 적극적인 대응을 해오고 있습니다. 생산성 향상을 통한 생산비 절감으로 팜스코만의 경쟁력을 키워가는 것은 물론, 탄소중립과 동물복지 등 팜스코 사업과 관련된 사회적 이슈와 트렌드에 민감하게 대처하며 선점을 통해 시장을 주도적으로 이끌어 가려고 합니다.

앞으로 축산식품연구소의 활동 계획과 목표는?

김두현 박사▸ 하이포크처럼 한우도 생산부터 공급과 유통까지 가능한 브랜드가 생기길 바라고 있었는데, 이번에 출시되는 천평한우가 그 시작점이 될 것으로 생각합니다. 앞으로 잘 갖춰진 팜스코 시스템 속에서 급여 프로그램을 더욱 최적화시키는 게 저를 비롯한 축우팀이 해나가야 할 일이라고 생각합니다.





하이포크라는 브랜드를 모두가 함께 만들어가고 있다는
패밀리 의식과 함께 최고라는 자부심을 갖게 하는 게 연구소의 최종 목표입니다





김영태 박사▸ 소비자의 니즈가 다양해지고 변화도 빨라짐에 따라 시장도 더욱 치열해지고 있습니다. 앞으로의 50년을 어떻게 만들어갈 것인가 중요한 기로에 서있다고 해도 과언이 아닐 겁니다. 지금까지 앞서 나가고, 먼저 도전하며 1등의 자리를 지켜온 만큼 앞으로도 다른 브랜드가 하지 못한 일들을 시도하며 차별화를 통해 우위를 점할 수 있는 하이포크를 만들어가는 데 최선을 다하도록 하겠습니다.

김광현 박사▸ 팜스코의 체계적인 종돈사업이 잘 알려지지 않은 것 같아 아쉬움이 있습니다. 또한 종돈, 배합사료, 유통 등 양돈관련 분야별 부가가치를 가장 극대화 시킬 수 있는 방법을 찾아 최고의 돈육 제품을 공급하는 업무에 일조하고 싶습니다. 이와 함께 하이포크 브랜드에 특정적인 균일한 돼지고기 생산을 위한 육종개량을 통해 축산식품 전문기업 팜스코의 우수성을 알려가고 싶습니다.

최영조 박사▸ 양돈사료 월간 판매량 8만톤 달성입니다. 올해 11월, 최초로 8만톤의 목표를 달성하는 기념비적인 역사에 동참하도록 하겠습니다.

홍종욱 박사▸ '팜스코' 하면 떠오르는 시그니처 제품을 만드는 것입니다. 그리고 사료사업본부 고객농장을 시작으로 계열사업본부 직영, 협력 농장의 직원과 대표님에 이르기까지, 하이포크 브랜드를 만들고 판매하는 모든 팜스코 조직이 '하이포크'를 함께 만들어 나간다는 공동체 의식을 가졌으면 합니다. 앞으로 축산식품연구소 구성원들은 현장에서 답을 찾고 행동하는 실행력을 바탕으로 일할 것입니다. 또한 연구소 본연의 연구수행을 통해 경쟁사를 압도하는 초격차 신제품 출시에 매진할 것입니다. 새 단장 후 첫발을 내딛은 축산식품연구소에 많은 기대와 응원 부탁드립니다.

고품질 돼지를 생산하기 위해 오늘도 현장으로!

글. 황수민
사진. 이원재

팜스코바이오인티 비육계열사업부 비육계열팀

우리 식탁에 오르는 돼지고기의 품질은 사육과정에서부터 결정된다. 팜스코가 고품질 돼지를 생산할 수 있도록 현장에서 열심히 뛰는 이들이 있다. 바로 팜스코바이오인티 비육계열팀 지역부장들이다. 오늘은 권역별 지역부장 4인을 만나 그들의 업무 이야기에 대해 들어보았다.

신규 농장 발굴부터 농장 사양 관리까지

"비육계열팀 지역부장의 업무는 농가 관리를 통해 고품질 비육을 출하하고, 수익을 창출하는 일이라고 정의할 수 있습니다." 팜스코바이오인티 권역별 비육계열팀 지역부장 중 가장 선임이자 비육계열 3팀을 이끄는 임준수 팀장이 말문을 열었다. 3 site 시스템*으로 운영되는 팜스코 양돈 계열화 사업에서 비육계열팀은 출하 직전의 비육돈을 담당하는 부서로, 팜스코와 계약 맺은 비육 위탁 농장이 돼지를 잘 키울 수 있도록 컨설팅하고 있다. 지역부장의 컨설팅은 정해진 기간 동안 돼지를 키우고, 그 기간에 쾌적한 공기, 습도, 영양 등의 환경을 조성하고 질병의 유입을 차단하기 위해 농장과 협의하고, 관리하는 일을 의미한다. 질병없이 건강한 돼지를 키우려면 체중과 일령을 고려한 적정 온도와 환기량을 유지해야 하는데, 이를 계산하고 농가와 협의해 시설 개선에도 힘쓴다.

"농장 시설을 개선하기 위한 투자 의지는 위탁 농장에 달려 있어요. 예를 들어 환기의 경우, 팬 설치와 같이 추가적인 설비가 필요할 때도 있거든요. 환기 팬과 같은 시설 투자가 필요하다고 판단되면 지역 부장은 최소한의 비용으로 최대한의 효과를 볼 수 있는 방법을 제시합니다. 사육 동을 여러 개 운영하시는 농장 사장님들은 부담스러워하실 때도 있어요. 그럴 때는 1개 동에 시범적으로 투자해 보라고 말씀드려요." 임권일 지역부장이 설치 이후에 효과성을 입증하기 위해 사육성적과 증가된 위탁사육비 등을 설명해드리면 모두 만족스러워할 뿐만 아니라, 1개 동에 시범 설치했던 농장은 나머지 동에도 자발적으로 환기 팬과 같은 시설 정비에 적극적으로 투자하시려 한다고 덧붙였다.

*** 3-site 생산방식 :**
모돈농장- 자돈농장-
비육농장 3단계에 걸쳐
돼지를 사육하는 방식



(왼쪽부터) 비육계열4팀 임권일 지역부장, 비육계열2팀 심유선 지역부장,
비육계열3팀 임준수 팀장, 비육계열1팀 김영진 지역부장

질병에 대한 대처는 빠르게, 신규 영입은 끈질기게!

돼지가 건강하게 출하되기 위해서는 질병 방어도 필수적이다. 이를 위해 팜스코는 자돈 농장에서 돼지를 이관할 때 돼지의 상태, 사육환경, 질병 등의 이력을 관리해 공유하고 있다. 이관을 받는 비육농장에서도 질병 예방을 위한 사전 준비에 철저하게 임한다. 그 중 하나가 지역부장의 관리하에 진행하는 강한소독프로그램이다. 이 프로그램을 통해 돼지가 전입할 축사를 총 6단계에 걸쳐 청소 및 소독한다. 바이러스 순환 감염이 일어날 수 있는 구조를 개선하고 근본적인 예방 관리에 그 목적이 있다. 지역부장은 약간의 이상징후에도 빠르게 대응해야 한다. 이를 위해 농장을 방문하면 돼지들의 분변 상태부터 면밀히 관찰한다. 또한 돼지의 건강 상태에 이상이 생길 경우에는 지역 수의사와 협업해 해결책을 세우고 있다. “거리가 먼 농장도 많고, 위탁 농장이 많아요. 문제가 발생했을 때 팜스코 수의사가 즉각 대응하기 어려울 때가 많습니다. 그래서 권역별로 동물병원 수의사분들과 협업하고 있어요.” 김영진 지역부장은 파트너인 지역 협력 수의사의 존재를 언급하며 문제가 발생했을 때 농장으로 한달음에 달려오는 이들에 대한 고마움을 표현했다. 이외에도 농장을 대상으로 한 분기별 의무 방역 교육도 도맡아 진행하고 있으며, 질병 이슈가 발생했을 때 빠르고 정확하게 현황을 파악해 농장과 소통함으로써 질병 예방에 앞장서고 있다. 한편, 신규농장 발굴도 지역부장의 주요 업무이다. 이 일은 주로 연차가 쌓인 선임 지역부장이 담당하고 있다. 선임 지역부장인 심유선 지역부장은 신규 농장을 발굴할 때 농장 환경을 살피는 것 외에도 농장주와의 유대관계를 쌓는 것도 중요하다고 강조한다. “저는 신규로 농장을 영입하기 위해 한 농장을 13번 찾아가기도 했어요. 없는 이유도 만들어서 방문하고 인사드리면서 관계를 맺습니다. 사실 농장을 운영하다 보면 아쉬운 점이 있으시기 마련이거든요. 계속해서 이야기를 나누다 보면 그런 부분들이 자연스럽게 흘러나와요. 그런 다음에 가려운 부분, 고충거리를 해소할 수 있는 방법을 찾아서 제시해 드려요.” 심 부장이 말한 것처럼 임권일 지역부장도 “거래할 때 사담도 많이 나누고, 주말에 가족끼리 함께 만나 시간을 보내기도 해요. 일로 만난 사이지만 사람이 하는 일이라 마지막 모습이 각인될 수밖에 없습니다.”라며 계약을 종료할 때도 잘 헤어져야 한다고 덧붙였다.



“농장 시설을 개선하기 위한
투자 의지는 위탁 농장에 달려 있어요.”





“출하 기사님들은 팜스코와 위탁 농가가
어렵게 키운 돼지인 만큼 높은 수익을
낼 수 있도록 이끌어주는 중요한 파트너입니다”

최소한의 비용으로 최대한의 효과를

마지막으로 위탁농장과 잘 키운 돼지를 제때에 출하하는 것도 지역부장의 역할 중 하나다. 고품질 돼지는 적정 체중과 등지방 두께를 갖춰야 한다. 아무리 건강해도 출하 시기를 놓쳐서 너무 커버리면 그 가치를 소비자에게 인정받을 수 없다. 그래서 출하 시기를 정확하게 판가름하는 것이 중요하다. 일반적으로 비육농장 전입 후 3개월 정도가 지나면 출하 시기가 되는데, 임권일 지역부장은 이 시기를 맞추는 일엔 농장주뿐만 아니라 출하 기사의 도움이 크다고 말한다. “출하 기사님들은 돼지의 적정 체중을 정확하게 맞추세요. 돼지의 모습만 보고도 1~2kg 오차로 체중을 정확히 아시거든요. 출하를 위해 농장에 방문하시면 다음 주에 몇 마리를 출하할 수 있을지 확인해 지역부장의 크로스체크에 도움을 주기도 하세요. 또, 출하가 끝나면 등급률 피드백을 드리면서 함께 결과를 분석하기도 합니다. 팜스코와 위탁 농가가 어렵게 키운 돼지인 만큼 높은 수익을 낼 수 있도록 이끌어주는 중요한 파트너죠.” 비육계열팀은 계속해서 ‘고품질의 돼지를 많이 출하해 수익성을 개선하는 것’이 목표다. 이날 모인 4인의 지역부장은 각자의 자리에서 목표를 위해 본인이 맡은 바에 충실하겠다고 이야기했다. 임준수 팀장은 팀장으로서 체계적이고도 효율적인 프로세스를 조성하고 지역부장들을 지원하는 것을, 심유선 지역부장과 임권일 지역부장은 선임 지역부장으로 팀장님과 팀원을 연결하며 최고의 성과를 달성하겠다는 목표를 언급한다. 선배들의 이야기를 유심히 듣고 있던 1년 차 김영진 지역부장은 지난 11개월의 어렵고 힘들었던 순간을 회고하며 1팀 지역부장으로서 본인을 증명해 보이겠다는 당찬 포부를 밝혔다.

팜스코바이오인티 계열본부 비육계열팀 워크플로우(Work-flow)



글. 한울
사진. 이원재

사육을 넘어 지속가능한 혁신으로! 이들의 도전은 계속된다

한우사업본부



(왼쪽부터)
신승환 사업지원팀장, 장준성 1농장장, 이재훈 1사업부장, 사업지원팀 이우용 사원, 조일엽 한우사업본부장, 정경환 1농장 반장, 고광준 2사업부장, 이창원 1사업부 12지역부장, 1농장 이찬영 사원, 1농장 황의범 사원, 임성우 1사업부 11지역부장

첨단 사양 관리와 열정 넘치는 조직 분위기로 한우 산업의 역사를 써 내려가고 있는 한우사업본부. 번식우와 비육우 사양에서 탁월한 성과를 거두는 비결은 전 구성원이 원팀으로 협력하며 시너지를 발휘하고 있기 때문이다. 한우 산업의 메카로 성장해 나가겠다는 목표를 향해 나아가는 한우사업본부를 찾았다.



국내 최고 수준의 사양관리로 성과를 창출하다!

한우사업본부는 송아지 생산부터 비육우 출하에 이르기까지 첨단 사양관리를 통해 한우의 우수한 혈통을 보존하고 한우를 개량하는 일에 힘쓰고 있다. 조일엽 본부장을 중심으로 총 14명의 구성원이 1·2사업부로 나눠 전국을 관장한다. 1·2사업부 각각 음성과 화순에서 번식 농장을 운영하며, 번식우는 약 1,000두에 이른다. 또한 한우사업본부가 위탁한 협력 농장에서 약 8,300두의 비육우를 사육하고 있다. 특히 음성의 청평농장은 20만여 평의 땅에서 조사료를 직접 생산하는 국내에서 보기 드문 규모의 농장이다. 한우사업본부가 맡은 농장들은 우리나라 최고 수준의 사양 관리를 통해 번식과 비육에서 월등한 성적을 거두고 있다. 조일엽 본부장은 한우사업본부를 "팜스코가 양질의 사료를 생산할 수 있도록 지원하는 중요한 조력자"라고 설명했다. "한우 사료를 출시하기 위해서는 R&D와 마케팅이 주도해 제품 개발을 진행하는데, 설계 단계에서 기호성이나 섭취량 등 다양한 요소를 포함한 사료의 품질을 검증하기 위해 필드 테스트를 거칩니다. 이 모든 과정이 번식 농장에서 이루어집니다. 필드 테스트를 통해 얻은 데이터는 사료의 품질과 성능을 개선하고, 한우의 건강과 성장에 필요한 최적의 조건을 찾아 나가는 사료 개발의 중요한 백데이터로 활용됩니다."

하루하루 정성을 다하는 마음으로!

한우사업본부는 지속적으로 새로운 기술을 도입해 사양관리를 강화하고 있다. 어미의 젖을 대신하여 분유와 같은 대용유를 섭취하게 하는 '인공포유' 기술도 그중 하나다. 인공포유를 통해 송아지의 성장과 건강을 관리하고, 이를 통해 얻은 데이터는 사료사업본부와 공유하여 고사양의 사료를 개발하여 매출을 높이는 역할을 한다. 한우사업본부는 데이터 관리에 중요성을 강조했다. 데이터 관리는 단순히 정보를 저장하고 정리하는 것을 넘어서, 이를 통해 가치를 창출하고, 전략적 의사 결정을 지원하며, 혁신을 촉진하는 중요한 요소이기 때문이다. 사업지원팀 이우용 사원이 설명을 덧붙였다. "한우사업본부는 사업의 효율성을 높이기 위해 농장의 데이터와 방대한 자료를 체계적으로 관리하는 데 힘쓰고 있습니다. 그리고 여기에서 더 나아가 웹 기반의 사양 관리 프로그램을 개발해 전 구성원들이 데이터를 바로바로 확인할 수 있도록 시스템을 구축했습니다."



수백 마리의 소를 관리한다는 것은 막중한 책임이 따르는 일이다. 특히 송아지는 마치 아이 한 명을 키우듯 세심한 관리가 필수적이다. 저녁 7시부터 밤 12시까지의 야간 근무와 주말 근무도 불가피하다. 하지만 한우사업본부 구성원들은 힘든 환경 속에서도 협력하며 농장을 철두철미하게 운영하고 있다. 생물을 기르는 일이다 보니 에피소드도 무궁무진하다. 이찬영 사원의 이야기다.

"지난해 11월이었어요. 회의가 있는 날이라 정장을 입고 출근했는데, 난산인 어미소가 있다는 연락을 받고 곧장 현장으로 출동했습니다. 정장을 입고 송아지를 겨우 빼냈는데, 송아지는 무사히 잘 살았지만 제 와이셔츠는 엉망이 됐던 기억이 나네요. 농장장님께서 걱정해주시며 옷을 사주겠다고 하셨는데, 말씀만으로도 감사하더라고요!"

새로운 도전을 향한 한우사업본부의 열정

한우사업본부는 젊고 활기찬 조직 분위기를 자랑한다. 가족만큼 끈끈한 연대를 통해 서로 시너지 효과를 내며 일하고 있다. "업무 특성상 전 구성원이 한자리에 모이는 것이 어렵습니다. 그렇지만 1년에 한두 번은 리프레시 데이를 통해 서로의 경험을 나누고 소통하면서 팀워크를 강화하고 있습니다. 또한 업무에 대한 아이디어를 자유롭게 공유하면서 새로운 도전과 성장을 위한 활력을 얻기도 합니다." 한우사업본부의 또 다른 특징은 치열하게 선의의 경쟁을 펼친다는 점이다. 농장별로 출하 성적을 높이기 위한 각고의 노력은 한우사업본부의 역량을 증대하고, 성과를 향상시키는 것은 물론 팜스코의 발전을 도모하는 비결이다. 조일엽 본부장이 업무의 의미와 가치를 강조하는 이유다.

"한우사업본부의 핵심 업무는 한우를 사육하는 것입니다. 이는 팜스코의 자산을 안전하게 보호하고 발전시키는 중요한 역할입니다. 우리 구성원들에게는 각자의 업무가 가진 가치를 중시하고, 사소한 일 하나에도 의미를 부여하며 열심히 일하자고 강조합니다. 우리가 수행하는 업무는 개인의 성장뿐만 아니라 조직과 회사 전체의 성장과 발전에 기여하기 때문입니다. 한우사업본부는 한우 사육을 넘어서 회사의 경쟁력을 강화한다는 마음으로 전 구성원들이 최선을 다합니다." 한우사업본부는 지속적인 도전을 통해 성장을 이어갈 것이라는 각오를 전했다. 한우 사육에 그치지 않고 브랜드 개발이나 유통 등의 밸류체인 확대해 새로운 시장을 개척하겠다는 것이 이들의 목표다. 아울러 한우 품종의 하나인 칡소의 개량 및 사업화도 구상 중이다. 사라져가는 토종 한우의 명맥을 잇기 위해 종을 보호하고 지키는 것은 물론 이를 사업화해 나가는 것도 한우사업본부의 역할이라고 생각하기 때문이다. 지속가능한 전략을 구축하면서 성장해가는 한우사업본부! 앞으로 이들의 활약을 더욱 기대해본다.

Interview - 한우사업본부에서 일하는 즐거움과 보람을 말하다!



조일엽 본부장

한우사업본부에서 관리하는 농장은 성적 등 모든 면에서 우수한 성과를 거두고 있습니다. 직원 개개인과 조직이 성장하는 것은 큰 기쁨이자 보람입니다. 앞으로도 한우사업본부는 다양한 성과를 창출하고, 구성원들과 그에 대한 기쁨과 성취감을 함께 나누고 싶습니다.



이재훈 부장

한우사업본부는 한우 산업의 표준을 만들어가고 있습니다. 저는 이 점이 매우 자랑스럽습니다. 앞으로도 한우사업본부는 한우의 건강과 품질을 향상시키는데 최선을 다할 것이며, 수익을 창출하는 부서로 회사에서 핵심적인 역할을 해나가리라 믿습니다.



이찬영 사원

매달 생산되는 송아지 수는 많고 전국 대비 폐사율이 낮다는 점은 현장 관리자로서 뿌듯함을 느낍니다. 현재까지의 성과에 만족하지 않고 자만하지 않고, 오히려 더 열심히 공부하고 학습을 통해 자리매김할 수 있도록 노력하겠습니다.



임성우 지역부장

양질의 사료, 우수한 사양 관리, 그리고 직원들의 정성이 어우러져 한우사업본부가 우수한 성과를 창출하고 있다고 생각합니다. 앞으로 개선해야 할 점을 찾아 성장을 지속하며, 우리나라 한우의 표준으로 확고히 인정받는 그날까지 열심히 뛰겠습니다.



장준성 농장장

우리나라 최대 규모의 천평농장에서 일하고 있다는 점이 큰 보람입니다. 천평농장은 번식우에서 단연 최고라고 자부할 수 있습니다. 우리나라 한우 사업에 종사하는 모든 분들이라면 반드시 견학해야 할 곳으로 일등 농장을 만들어 나가겠습니다.



이우용 사원

한우사업본부에서 일하면서 많은 것을 배우고 있습니다. 저 스스로 성장하고 발전하고 있다고 느낄 때 가장 큰 보람을 느끼는 것 같습니다. 앞으로도 '무엇이든 열심히 배우자'는 마인드를 갖고 모든 일에 최선을 다하겠습니다.

누구냐, 너!

전국의 하이포크 맛집을 찾아다니는 수상한 두 남자의 정체는?

글. 이미리
사진. 이원재



자신을 15년간 가두고 하이포크만 먹인 범인을 찾기 위해 전국 하이포크 맛집을 찾아다니는 오돼수 씨,
그리고 그의 뒤를 쫓으면서 오돼수의 먹방을 찍고 있는 오돼수의 자칭 팬 권용준 사원. 파트너인 듯
파트너가 아닌, 친하지 않으면서도 친한 듯 오묘한 관계를 유지하고 있는 두 남자의 수상한 만남을 포착했다.

Q. 먼저 두 분을 잘 모르시는 분들을 위해서 각자 짧게 자기소개를 해주신다면?

권용준● 현재 팜스코 식품사업본부 브랜드마케팅팀에서 근무하고 있고, 올해로 3년 차에 접어들었습니다. 입사 이후로 올해 초까지 하이포크 소셜미디어 콘텐츠 제작을 담당했습니다. 그리고 먼저 말씀드리자면 오돼수 씨가 오랜 시간 사람을 못 만나다 보니 긴 대화나 말에 서투르거든요. 정중한 말투가 아니어도 너그럽게 이해 부탁드립니다.

오돼수● 평범한 일반인이었으나 어느 날 고깃집에 있다가 영문도 모른 채 감금되었고, 그 이후로 15년간 하이포크 고기만 먹게 되었다. 풀려난 이후 나를 잡은 범인을 찾기 위해 하이포크를 파는 곳이라면 어디든 가서 범인의 실마리를 찾으려고 하고 있다.

Q. 두 분이 어떻게 만나게 되셨는지, 그리고 이 일을 시작하게 된 계기도 궁금합니다.

권용준● 예전부터 하이포크를 쓰는 맛집에 관련된 영상을 찍고 싶었는데, 우연히 하이포크 맛집을 찾아다니는 오돼수 씨의 모습을 보고 '바로 이거다' 하는 영감이 왔어요. 그 뒤로는 계속 쫓아다니면서 오돼수 씨에게 먹방을 촬영해도 되겠냐, 하이포크 채널에 올려도 되겠냐고 설득을 하면서 같이 다니게 되었습니다.

오돼수● 언제였는지 정확히 기억은 안 나는데, 언제부턴가 제가 가는 가게마다 꼭 이 사람이 나타났다. 영상 찍는 것도 처음엔 몰랐는데, 제가 자기의 페르소나라던가 뮤즈라던가 저만 보면 영감이 막 떠오른다고 그러더군. 나는 신경 쓰지 않고 계속 범인을 찾으러 다니는 데 집중할 건데 괜찮겠느냐는 말에 그는 좋다고 답했고, 100% 수락한 건 아니지만 그다음부터 그냥 따라다니게 둔 게 여기까지 흘러오게 되었지.

세계관 밖 권용준은?

회사에서 부캐를 갖기란 쉬운 일이 아니지만 그걸 해낸 최초의 팜스코인. 지금까지 총 45편의 <오돼수> 영상을 업로드해 유튜브, 틱톡 각각 누적 조회수 100만을 기록했다. 오돼수로의 변신 시간은 5분 안팎. 파격적인 변신이지만 이쯤이야 이제 아무렇지 않다며 주저함 없이 말하는 그야말로 이 시대의 진정한 크리에이터이자 마케팅 인재가 아닐까.

하이포크 오돼수가 궁금하다면?

- 하이포크 공식 유튜브
- 하이포크 인스타그램(@hypork_official)
- 하이포크 틱톡(@hypork_official)



Q. 1년 가까이 함께 해오셨는데, 어려웠던 점이나 가장 기억에 남는 일이 있었다면?

오돼수● 맛집도 맛집이지만 지난 12월 팜스코 사업전진대회에 잠깐 다녀왔던 일이 기억에 남는다. 팜스코는 나에게 하이포크만 먹인 범인과 가장 관련있는 곳이라 곳이라 늘 주시하고 있었는데, 큰 행사에 날 초대하다니 이번에야말로 범인을 찾을 수 있겠다는 생각으로 갔었지. 범인색출에는 실패했지만 같이 셀카도 찍으면서 환대해주더군. 팜스코의 분위기를 파악하는데 큰 도움이 되었다.

권용준● 맞아요. 그때 오돼수 씨가 출연해서 놀랐고, 반가웠어요. 제 경우는 아무래도 초반 가게 섭외가 가장 어려웠습니다. 직접 전화하고 발로 뛰어다니면서 찾아야했죠. 그런데 오돼수 씨가 점차 알려지고 인기를 얻게 되면서 중반부터는 사장님들이 우리가게로 와달라고 먼저 연락하시거나, 대리점에서 가게를 소개해주시고, 지인들이 자신들이 알고 있는 맛집을 추천해주기도 하셨어요. 다행히 처음보다 수월하게 진행할 수 있었습니다.



Q. 하이포크 맛집 중 가장 인상적이었던 가게와 그 이유는?

권용준● 순천 이조 숯불갈비는 유독 좋은 기억이 많은데요. 촬영하면서 먹은 고기는 당연히 계산을 하는데, 끝까지 안 받아도 된다고 사양하시더라고요. 중간 중간에 계속 무료로 리필도 해주셨는데 말이죠. 촬영을 허가해 주신 것도 감사한데, 잘 찍고 가라고 신경도 많이 써주셔서 제 기억 속에 강렬하게 저장되었습니다.

오돼수● 나는 오금동에 있는 하이포크 해현상사가 기억나는군. 고기 품질은 물론 친절도 대단했지. 사장님들이 음식을 세팅하고 익을 때까지 맛있게 먹는 법을 하나하나 다 알려주셨고, 그래서 나보다 더 많이 영상에 나오기도 했던데…흠….

Q. 촬영을 도와주신 분들도 많다고 들었는데, 주변 반응과 함께 전하고 싶은 말씀이 있으시다면?

권용준● 오돼수 씨를 처음 보면 약간 충격적인 비주얼이긴 해서 많이들 놀라셨을 텐데 뜨거운 관심을 보여주셔서 저 또한 재미있게 일할 수 있었습니다. 감사팀부터 인사팀, 과장님, 본부장님, 박사님까지 많은 분들이 먼저 출연하고 싶다고 관심과 의사를 밝혀주셔서 감사했고요. 연기하기 어려우셨을 텐데도 흔쾌히, 그리고 잘 소화해주셔서 큰 도움이 되었습니다.

Q. 마지막으로 서로에게 하고 싶은 말?

오돼수● 누구라도 범인을 알고 있다면 꼭 알려주었으면 좋겠군. 지금은 잠시 쉬고 있지만 나는 범인을 찾을 때까지 이 일을 멈추지 않을 것이다. 권용준 자네도 당연히 함께 해주겠지?

권용준● 저야 좋죠. 15년간 하이포크만 먹고, 그 이후에는 전국 여기저기 범인 찾으러 다닌다고 힘들었을 텐데, 꼭 원하는 대로 범인을 찾았으면 좋겠어요. 그동안 고생했어요. 오돼수 씨. 앞으로도 종종 만나요.



식품사업본부 신호림 본부장



재무경영정보실 이정구 상무



경영지원실 김여름 과장



인사팀 김세운 사원

여름의 끝자락



올해 여름은 특히나 길고 무더웠습니다. 그런데 막상 선선한 바람이 불어오는 걸 체감하자니
정말로 여름이 물러가는 것 같아 아쉬운 기분이 듭니다. 모두가 기대하며 기다렸던
휴가철이 지나가고, 그만큼 즐거웠던 추억이 과거가 되는 것 같아서일까요?
시원한 가을을 맞이하기보다는 떠나가는 여름의 끝자락을 조금이라도 붙잡고 싶은 마음입니다.
가을이 늦게 왔으면 좋겠습니다. 푸릇푸릇했던 여름이 지나가고, 낙엽이 떨어지는 가을을 상상하면 이제
올해의 끝도 머지않았다는 생각에 쓸쓸해집니다. 여름은 다시 또 언제 올까요?
얼마나 기다려야 할까요. 인생도 마찬가지입니다. 현재를 소중히 여기고, 하루하루가 아닌
순간을 기억하며 살아가고 싶습니다. '오늘의 내가 가장 젊은 나'라는 말이 있죠?
전 그렇게 이 여름을 기억하려 합니다. 그리고 다가오는 겨울 앞의 가을도 소중히 보내려 합니다.
그러다 보면 두꺼운 외투를 꺼내 입을 무렵, 가을을 보내는 제 마음이 조금이라도 따뜻해지지 않을까요?

준법경영실 감사팀 **정욱재 차장**

드로인(draw-in) 운동



시티드 레그리프트(Seated Leg Lift) 운동



★ 직장인 건강상식 Tip

시간을 내기 어려운 바쁜 직장인들이
책상에 앉아서 할 수 있는
간단한 운동을 알아볼까요?

 # 드로인(draw-in) 운동

❶ 의자에 등을 기대지 않고 허리를 펴고 앉는다.
❷ 배를 최대한 집어넣고 힘을 준 상태로 30초간 유지한다.
❸ 이때 숨은 참지 않고 복식 호흡을 한다.

효과

신진대사가 활발해지고 복근 강화 및 뱃살 제거에 도움을 준다.

 # 시티드 레그리프트(Seated Leg Lift) 운동

❶ 의자에 걸터앉아 다리를 어깨너비로 벌린다.
허리를 세우고 양손으로 의자 끝을 잡는다.
❷ 양쪽 발 끝을 몸쪽으로 당겨주고, 배에 힘을 준다.
❸ 양쪽 발뒤꿈치 부분으로 바닥을 지지한다.
❹ 한 쪽씩 다리를 번갈아 가며 천천히 들어 올렸다가
내리기를 15회 이상 반복한다.

효과

허벅지 앞쪽 근육을 강화하고, 다리 뒷부분에 위치한
햄스트링 근육을 늘려준다.

일로 만난 사이? 그냥 좋은 사이!

글. **이미리**
사진. **이원재**

넷이 함께 하는 ‘모든’ 순간이 해피데이!

식품 마케팅실 김현지 사원, 회계1팀 서현영 사원,
인사팀 김세윤 사원, 플랫폼사업팀 곽지은 사원

직장인이라면 회사에서 마음 잘 맞는 사람을 만나기란 생각보다 쉽지 않다는 사실을 대부분 공감할 것이다. 그런데 그런 사람이 한 명도 아닌 3명씩이나 존재한다면 서로가 서로에게 좋은 사람임을 증명한 셈이 아닐까? 이런 행운을 서로에게 선물한 팜스코의 4인방이 오늘 하루 모루인형 클래스로 또 하나의 특별한 추억 쌓기에 나섰다.



달라서 오히려 더 좋아!

불볕더위가 극성을 부리던 한여름, 예고 없이 소나기가 한 차례 시원하게 쏟아지고 하늘이 맑게 개자마자 반가운 손님들이 편안한 웃음을 띤 채 작은 공방의 문을 열고 들어왔다. 동기로 연을 맺은 동료에서 이제는 친구로, 유쾌하면서도 편안한 관계를 맺고 있는 청춘 4인방이 색다른 경험을 위해 모루인형 만들기 체험에 나선 것. 최근 유행하는 모루인형은 털을 꼬아 만드는 인형으로, 비교적 초보자도 쉽게 만들 수 있고, 완성 후 가방 액세서리나 책상 장식 등으로 활용할 수 있어 인기가 좋다. 털 안에는 얇은 철사가 들어있어 원하는 대로 형태에 한계 없이 동물모양이나 꽃 등 자신이 표현하고자 하는 모양으로 만들 수 있는 것이 특징이다. 김세윤 사원과 김현지 사원은 고양이, 곽지은 사원은 강아지, 서현영 사원은 토끼를 만들기로 정하고 본격적인 수업에 들어갔다. 네 사람은 강사의 설명에 따라 집중한 모습으로 털을 이리저리 꼬아가며 가장 중요한 부분인 인형 귀 모양을 잡고, 순서대로 팔과 다리를 만들어갔다. 모루인형은 시작단계인 털을 고르는 과정부터 자신만의 취향이나 개성이 드러나는데, 신기하게도 모두 하나의 겹침 없이 각자 다른 색을 골랐다. 털을 고르고 손을 바쁘게 움직이면서도 꾸밈없는 대화와 유쾌한 웃음이 끊이지 않았다. 취미를 물어보니 현지 사원은 영화감상과 야구직관, 지은 사원은 여행과 차크닉, 현영 사원은 카페투어와 독서, 세윤 사원은 헬스와 게임을 즐긴다고. 이렇게 취미와 취향, 성격도 다른 이 네 명이 친해지게 된 계기는 무엇이었을까.



(왼쪽부터) 인사팀 김세윤 사원, 식품 마케팅실 김현지 사원, 플랫폼사업팀 곽지은 사원, 회계1팀 서현영 사원



흑역사에서 칭찬까지, 숨길 것 없는 막역한 사이

"아무래도 14기 동기 중 나이대가 비슷하고, 사무실도 서울에 있다 보니 자주 만났어요. 평일에도 일 끝나면 같이 식사하러 가기도 하고, 서로 힘든 일이 있을 때마다 의지하다보니 지금은 회사 동료 그 이상의 친구로 지내고 있죠." 다들 처음엔 웃음기 가득 어떤 농담을 건넬까 하면서도 진심을 담은 현영 사원의 말에 마지막에는 "맞지, 맞지" 고개를 끄덕이면서 동조의 의사를 비쳤다. 너무 친하다보니 어떻게 친해지게 되었는지 떠올리는 게 오히려 어색했다는 현지 사원은 "세윤 오빠가 첫 회식 때 큰 목청으로 패기 넘치게 건배사를 외치는 모습이 아직까지도 잊히지 않는다"며 서로가 생각하는 첫인상의 강렬한 추억을 꺼내놓았다. 그 말에 세윤 사원도 현지 사원과 같은 부서에서 근무했을 때를 떠올렸다. "현지와 처음 일하게 되었을 때, 동기였지만 일에 관련된 부분도 정확하게 코치해주고, 동기인 듯 선배 같은 모습을 보여줘서 의지가 많이 됐어요." 두 사람이 첫 인상을 떠올리는 사이 한 살 차이의 현영 사원과 지은 사원도 덕담을 한마디씩 주고받았다. "지은 언니는 우선 일에 대한 실행력이 엄청 좋고, 다양한 일을 주도적으로 맡아서 하는 편이라 언니를 보면서 긍정적인 에너지를 많이 얻어요." 이제 언니 차례라며 귀여운 말투로 은근히 채근하는 현영 사원의 말에 지은 사원이 화답했다. "현영이는 회계팀에서 사업장관리부터 마감까지 야무지게 일하는 모습이 멋있어요. 융화가 잘되는 성격으로 어디에서나 편한 분위기를 만들어주는 예쁜 막내의 표본"이라며 칭찬의 말을 아끼지 않았다.









멈추지 않고 서로에 기대어 성장하다!

한 시간 후, 가장 먼저 인형만들기를 끝마친 현지 사원. 니트에 노란 모자를 포인트로 심플하게 꾸민 그녀의 인형을 본 동기들은 "평소 쿨함 그 자체인 현지 성격이 그대로 묻어나왔다, 현지답다"라는 평을 내렸다. 현영 사원은 진주목걸이로 엘레강스함을 살렸고, 지은 사원은 양쪽 토끼 귀에 리본을 붙여 아기자기하면서도 포근한 느낌으로, 세윤 사원은 주홍색 팔찌를 두른 모습을 끝으로 인형을 마무리했다. "완성작들을 나란히 모아놓고 보니 한층 더 귀여워 보인다"며 같이 사진도 찍으면서 오늘의 클래스를 알차고 훈훈하게 마쳤다. "오전까지 미팅을 하고 와서 긴장감이 있었는데, 오랜만에 동기들과 이런 여유로운 시간을 갖게 되서 힐링이 되었다"는 세윤 사원은 "앞으로 전 사원에게 공급할 교육과정을 이번 연도 안에 60% 이상 완료할 예정"이라며 올해의 목표를 전했다. 지은 사원도 "최근에 미트라이더 신규앱 론칭으로 바쁘게 지내고 있는데, 앞으로도 지금까지 해왔던 것처럼 더욱 주체적으로 경력자로서의 퍼포먼스를 업무에서 보여드리겠다"라는 포부를 밝혔고, 현영 사원은 "감사로 한창 바쁜 시간을 보내고 있는데, 오랜만에 나와서 동기들과 함께 시간을 보내게 돼서 좋았고, 하반기쯤 업무분장 후 새로운 일을 맡게 되는데, 열심히 배우고 싶다"고 계획을 밝혔다. 마지막으로 현지 사원은 "남은 하반기에는 추석 선물세트 기획이 잘 마무리될 수 있도록 철저히 준비하고, 지금보다 한층 더 성장할 수 있는 시간을 보내고 싶다"고 전했다. 넷이 함께해서 뜻깊었고, 나중에 돌아보면 이 순간이 좋은 추억으로 남을 것 같다고 한마음으로 감사의 마음을 전한 네 사람. 오늘 이들의 감정과 추억은 모루인형이라는 또 다른 형태로 오래도록 남아있을 것 같다.

달리기로 건강과 행복을 찾았어요!
팜스코 러너 삼인방 이야기

글. 황수민
사진. 이원재

중부생산팀 임주현 사원, 이종훈 사원, 이신영 사원



(왼쪽부터) 중부생산팀 이종훈 사원, 임주현 사원, 이신영 사원

장마가 지나가고 뜨거운 열기가 남은 한여름의 시작, 팜스코 중부생산팀 임주현, 이종훈, 이신영 사원을 안성종합운동장에서 만났다. 폭염의 시작으로 걷기만 해도 숨이 차오르는 한낮이지만 그들은 자연스럽게 몸을 푼다며 트랙을 뛰는데, 운동장 한 바퀴를 숨 하나 차지 않고 가뿐하게 뛴다. 바쁜 일상에서도 틈틈이 달릴 정도로 달리기에 푹 빠져든 팜스코 러너 삼인방에게 달리기의 매력에 대해 들어보았다.



임주현 사원
뛸수록 기분도, 체력도 점차 좋아졌어요.



이신영 사원
숨차게 뛰고 나면 뿌듯합니다.



이종훈 사원
달리기로 건강을 되찾아 기쁩니다!



무기력에서 벗어나 삶의 활력을 되찾은 순간

‘달리기’ 세 글자를 듣자마자 임주현 사원의 눈이 가장 먼저 반짝인다. 그는 세 사람 중 가장 먼저 마라톤을 접해 올해로 2년 차에 접어든 러너다. 임 사원은 달리기를 통해 삶이 180도 달라졌다고 말한다. 달리기 전에는 교대 근무로 생체 리듬이 깨진 탓에 체력도 저하되고, 반복되는 일상을 무료하게 보내기만 했다. 임주현 사원을 지켜보던 친구가 ‘너만의 취미를 만들어 삶의 즐거움을 되찾아보라’며 달리기를 추천한 것이 그 시초였다. 뛸수록 기분도, 체력도 점차 좋아졌다. 달리는 게 무척 좋아서 무리하다 보니 처음엔 근육에 부담이 가고 뼈에 작은 실금이 생길 정도였는데, 이를 무시하고 달리고 싶을 정도였다. 부상에서 회복하고 나자 1km, 2km, 3km 거리를 점차 늘려가는 것도 재미있었다. “거리를 점차 늘려서 2022년 10월 처음으로 마라톤 대회에서 10km 코스를 뛰었거든요. 그때 그 기분은 이루 말할 수 없어요. 축제 같은 대회 분위기에서 10km를 뛰었다는 성취감을 잊을 수 없었어요. 이걸 팜스코인들에게도 공유하고 싶어서 회사 게시판에 글을 썼어요. 1년, 2년, 3년 목표도 적었는데, 이게 또 동기 유발이 되더라고요. 올해 4월엔 10km 코스 기록을 43분대로 단축했고, 하프 마라톤도 완주했습니다.” 그는 집 주변이나 도심 속에서 뛰어도 충분하다고 이야기한다. 특히 도시에서 달리다 신호에 맞춰 잠시 멈추고 가게, 도시의 풍경, 사람들의 모습을 눈에 담는 것도 색다르게 보일 거라며 취재팀에게도 달리기를 적극 추천할 정도로 러닝에 애정을 보였다.





뛸수록 짜릿하고 행복한, 달리기의 맛에 중독되다

임주현 사원의 러닝 전도에 응해 달리기에 첫 번째로 입문한 동료는 이종훈 사원이다. 한때 체중이 105kg에 달해 다이어트 목적으로 러닝을 시작했다는 그는 식단 관리와 함께 한 달 만에 13kg을 감량했고 50일 만에 5km 마라톤 대회도 출전했다. “달리기로 체중이 줄고, 당수치도 낮아졌어요. 건강을 되찾았다는 게 정말 기뻤죠. 지금 아이와 몸으로 놀아줘야 하는 시기인데요. 체력이 좋아지니 지치지 않고 아이와 마음껏 놀아줄 수 있어 아빠 역할도 더 잘하게 되는 것 같아요. 스스로 건강을 챙기고 아이와 잘 놀아주는 모습에 아내도 좋아하고요. 아내도, 저도 선배님께 감사하다고 생각해요.” 3개월 전, 이신영 사원도 두 사람의 러닝 크루가 되었다. 여러 운동 경험이 있었던 터라 시작 전, 달리기 정도는 거뜬히 해낼 수 있을 거라고 생각했다. 하지만 첫 러닝에서 본인이 예상했던 거리의 반도 도달하지 못하고 주저앉으며 러닝이 어려운 운동임을 깨달았다고. 두 사람의 조언에 힘입어 천천히 기록을 늘려간 결과, 요즘 마을을 1~2시간씩 돌 수 있을 정도로 실력이 향상됐다. 그는 도심과 떨어진 전원 주택가에 살고 있어 동물, 새, 물, 바람 등 자연의 소리를 벗삼아 뛰고 있다. 일과 가정생활을 챙기는 사이에 운동하는 게 쉽지 않겠다는 질문에 ‘뛰기 전까지 나가기 쉽지 않지만, 막상 뛰고 나면 기분이 너무 좋다’고 답하는 이종훈 사원과 이신영 사원. 두 사람의 말에 임주현 사원은 러너스 하이의 개념을 덧붙여 설명한다. “30분 정도 턱 끝까지 차오르는 숨을 이겨내며 뛰다 보면 황홀한 기분과 쾌감이 느껴지는데요. 이걸 러너스 하이라고 합니다. 그 기분을 또 느끼고 싶어 지치고 힘들어도 다시 뛰게 돼요. 저도, 이 친구들도 러너스 하이에 중독돼 계속 달리고 있는 것 같아요.(웃음)”





경험과 목표를 나누며 응원하는, 우리는 러닝 메이트

교대근무 특성상 출퇴근 시간이 겹치지 않아 아쉽게도 러닝을 함께하지 못하지만, 세 사람은 러닝 앱을 통해 운동 기록을 공유하고 있다. 러너들의 인스타그램인 ‘스트라바(Strava)’에서 코스를 살펴보고 기록에 ‘좋아요’를 누르며 서로를 응원하는 것. 교대근무를 마치고 난 이른 새벽이나 늦은 밤에도 뛴다는 세 사람에게 직장 동료가 러닝 크루라 좋은 점을 묻자 이신영 사원은 ‘경험 공유’라고 이야기한다. “혼자 러닝할 때 궁금한 점이 많아요. 조언이 필요할 때도 있고요. 그럴 때면 바로 공유하고 대화할 수 있어서 좋아요. 또, 저는 아직 참가해 보지 못한 마라톤 대회의 생생한 경험담도 들을 수 있고요.” 임주현 사원은 모든 팜스코인이 마라톤을 즐길 때까지 달리기를 전파할 예정이다. 더 많은 동료에게 달리기의 쾌감과 일상의 즐거움을 알리고 싶다. 또 그리스의 한 병사가 승전보를 전하겠다는 의무와 책임감을 위해 달린 것에서 유래한 마라톤의 역사처럼 마라톤을 통해 맡은 바 책임과 소명을 다하는 자세에 대해서도 생각해 보는 계기가 될 것이라고 강조한다. 개인적으로는 내년 42.195km 마라톤 풀코스를 완주하고, 장기적으로는 울트라 마라톤 대회까지 참가해보고 싶다는 목표까지 밝혔다. 최근 자전거(사이클)에도 취미를 붙인 이종훈 사원은 달리기와 자전거 두 가지 운동을 꾸준히 하겠다는 목표를 세우고 있다. 당장에는 10km 마라톤 대회와 8월에 참가하는 사이클 대회의 완주를 목표로 삼고 있다. 두 가지 운동을 병행해 기회가 된다면 듀애슬론이나 철인3종경기에도 도전해 볼 예정이다. 한편, 첫돌을 맞이한 한 살배기 딸을 키우고 있는 이신영 사원은 아이가 좀 더 크면 유모차 마라톤 대회에 참가하고 싶다. 먼 거리는 아니더라도 아이와 함께 참여한다는 게 그에게 큰 의미로 와닿는다고. 그때까지 꾸준히 러닝 실력을 키우겠다며 목표를 다잡았다. 달리기로 에너지를 가득 충천하고 있는 세 사람이 러닝 목표에 하나하나 도달하며, 우리에게 또다시 기쁜 소식을 들려주길 응원한다.



글. 황수민
사진. 이원재

하나의 장단 기준에 맞춰 Play it!
사물놀이로 화합과 소통의 기회를

사료사업본부 S4본부 사물놀이단 팜소리



여느 때처럼 퇴근 후 삼삼오오 모여든 팜스코 사물놀이단 팜소리. 밝은 표정으로 인사를 나누며 대화를 나누는 분위기가 화기애애하다. 그 분위기는 가락을 연주할 때도 이어진다. 고개를 끄덕이며 눈빛으로 시그널을 주고받는다. 그래서일까. 팜소리는 지난 7년간 사내에서 열리는 다양한 행사의 개막 무대를 책임질 정도로 그 실력을 인정받는 중이다.

팜소리 2기의 시대가 열리다

팜소리의 시작은 2017년으로 거슬러 올라간다. 당시 동부영업본부의 본부장이던 김남욱 대표이사의 전폭적인 지원으로 팜스홀릭과 어깨를 나란히 할 사내 음악 동호회로 사물놀이단을 만들었다. S4본부 장원구 양돈팀장은 당시 팜소리의 막내 멤버로 합류했는데, 2024년 현재 팜소리를 이끄는 리더가 되었다.

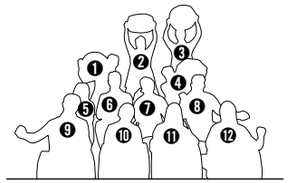
"창단 당시의 멤버로 저를 포함해 4명이 잔류한 상태입니다. 3년 차에 코로나19 팬데믹이 시작되며 연습을 할 수 없었어요. 지난해 모임이 가능해지면서 동아리 활동을 다시 시작했고요. 시간이 꽤 흘렀기 때문에 여러 이유로 새롭게 멤버를 충원했어요. 2030 세대들이 만드는 팜소리 2기 시대가 열렸다고 볼 수 있지요."

팜소리는 영업을 지원하는 내근직 직원과 주로 외부에서 근무할 일이 잦은 지역부장으로 구성되어 있다. 매일 바쁘게 돌아가는 업무 중 연습 일정을 맞추는 것도, 공연을 준비하는 것도 쉽지 않은데 모두 열정적이다. "자발적인 분위기를 조성하려고 해요. 스스로 마음이 움직여서 참여해야 연주 합이 잘 맞을 수 있거든요. 모두 퇴근 후 가정을 돌보거나 휴식 시간을 보내는 게 필요하기도 하고, 지역부장의 경우는 멀리서 와야 해 회사로 복귀하는 게 쉽지 않은데, 모두 연습에 꼭 참여하려고 해요. 그만큼 팜스코에 대한 애정과 좋은 연주를 보여주겠다는 의지가 강하죠."

7년간 팜소리와 함께한 박봄이 강사는 사업전진대회 무대 사례를 언급하며 팜소리를 칭찬했다. "사업전진대회에서 보여준 무대는 제가 봐도 전율이 오를 정도예요. 단원들이 배우려는 자세도 좋고, 몰입과 열정이 남달라요. 공연 일정을 앞두고 두세 달 더 좋은 합주를 보여주기 위해 집중적으로 연습을 하는데, 진짜 완성도 있는 결과를 만들어 내거든요. 아마추어팀 중 손에 꼽는 상위권이라고 자부합니다." 박봄이 강사의 칭찬에 장원구 팀장은 '선생님이 팜소리가 달성할 수 있을 수준으로 편곡을 잘해준 덕분'이라며 화답한다.

<팜스코 사물놀이단 팜소리>

❶ S41사업부 414지역 **신보석 지역부장**
❷ S41사업부 411지역 **강승엽 지역부장**
❸ S42사업부 424지역 **고수성 지역부장**
❹ S42사업부 426지역 **장지훈 지역부장**
❺ 경북도립국악단 **박봄이 강사**
❻ 고객지원4팀 **김남석 팀장**
❼ S4본부 **장원구 양돈팀장**
❽ S41사업부 417지역 **허병준 지역부장**
❾ S41사업부 412지역 **우병준 지역부장**
❿ 고객지원4팀 **정혜인 과장**
⓫ 고객지원5팀 **최다혜 대리**
⓬ 동부지원팀 **장원정 대리**







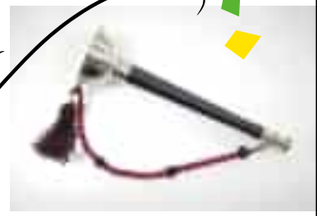


◆ 새로운 악기와 새로운 도전을 향하여

팜소리는 단원들의 회사 생활도 바꿨다. 업무적인 통화만 하던 사이에서 사담도 나누고 안부도 묻는 가까운 사이가 됐다. 특히 도전과 목표 달성을 고민해야 하는 영업 부서와 합리적이고 안정적으로 일이 돌아가도록 서포트해야 하는 지원 부서 간에는 사소한 마찰이 발생하기 마련이고, 그 과정에서 오해도 발생하기 쉬운데 장원구 팀장은 팜소리 활동이 이 같은 어려움을 조금 해소해 주고 있다고 말한다. “이런 상황에서 일과 별개의 활동이지만, 팜소리가 업무에도 영향을 주고 있어요. 모여서 사물놀이라는 공통적인 취미를 즐기고 대화를 하다 보면 일하는 이야기도 조금씩 나오는데요. 그 과정에서 서로 이해하게 되는 것 같아요. 저는 평소 후배들에게 팜소리에 합류하라고 적극 장려합니다.”

지난해 3월 팜소리에 합류한 최다혜 대리도 업무적으로도 대화 나눌 기회가 없던 동료들과도 가까워졌다고 말했다. 또한 오프닝 무대에 오르기 위해 사업전진대회에도 가보면서 회사와 영업부서를 더 알게 되고 이해하는 폭이 넓어졌다고 덧붙였다. 옆에서 두 사람의 생각에 귀 기울이던 김남석 팀장은 스킨십으로 쌓은 유대관계 덕분에 일적으로는 의사소통이 빨라졌다고 동의하며, 개인적으로는 회사생활에 좋은 추억이 쌓여서 좋다고 이야기한다. “선배들이 동료와 쌓은 추억들은 오래 간다고 말씀해 주신 적 있어요. 제 개인으로는 팜소리를 많이 떠올리지 않을까 싶어요.”

앞으로 팜소리의 목표와 계획을 묻자, 리더인 장원구 팀장은 ‘아마추어대회’를 콕 찝어 말했다. 박봄이 강사를 통해 지역이나 전국으로 아마추어 성인들이 경연하는 대회가 있다는 사실을 알게 되었는데 좀더 연습해서 대회에 참가하는 게 소원이라고. “사실 아직 단원들은 제가 이런 생각을 하고 있다는 걸 몰라요. <품>을 통해 처음 들을 텐데 놀라지 않았으면 좋겠어요. (웃음)” 팜소리는 최근 새로운 악기 태평소를 들이고, 연주자까지 선발했다. 태평소 연주자는 관악기를 다뤄본 경험이 있는 유능한 신입사원이라며, 또 다른 좋은 연주를 선보일 테니 기대해달라는 말을 덧붙였다. 사물놀이와 가장 잘 어울리는 선율 악기가 더해지며 더욱 풍부해질 팜소리의 연주가 더욱 기대된다.



팜소리의 새로운 악기 태평소



활력 가득 팜!콘 테스트!

4월~6월

팜스코 구성원들이 중요한 순간을 직접 찍고
기록하여 제보하는 팜콘테스트! 4월부터 6월까지,
팜스코인들은 어떤 순간을 기록하고 추억했을까요?



청주푸드센터 친목도모 풋살 경기

• 육가공생산지원팀 엄재영 대리







새로운 하이포크 차량 랩핑 디자인!

• 신선영업3팀 홍영석 영업과장



컴프레셔 2호 배관 보완 작업

• 서부생산1팀 정세훈 사원



뷰 맛집 청주공장

• 육가공 R&D팀 최승욱 사원



고객경영지원본부 상반기 리프레쉬~!!

• 고객지원5팀 송지영 과장





하이포크 파트너와 함께한 청계산 등산

• 신선영업1팀 최인규 팀장



24년 동아리 HPS활동 청주푸드센터

• 육가공생산팀 김명일 과장



2024년에도 하이포크봉사단은
쉬지않아요! 음성품바축제 봉사활동

• 하이포크생산지원팀 정다은 사원



된장이 킥!
감칠맛을 더한
돼지고기 김치찌개

사진. **이원재**
요리·스타일링. **이지희** _ 스튜디오 로쏘

Hypork Recipe #12

Q. 돼지고기 김치찌개 맛있게 끓이는 법 알려주세요!

A. 된장을 넣어 감칠맛을 더한 돼지고기 김치찌개 어떠신가요?
돼지고기를 볶는 대신 처음부터 된장에 버무려 끓이면 깊은 맛의 육수를 낼 수 있습니다.

재료(6개 분량)

돼지고기 앞다릿살 300g,
김치 1/4포기, 두부 1/2모,
대파 1/2개, 고춧가루 2큰술,
된장 2큰술, 다진마늘 1큰술,
김칫국물 100ml, 새우젓 적당량,
쌀뜨물 적당량, 홍고추 약간

★tip.

묵은지 김치찌개의 새콤한 맛을
내고 싶다면 식초를 약간 넣어보세요.
식초 한 스푼으로 새콤하면서도
깊은 맛을 낼 수 있습니다.

만들기



1 — 김치, 돼지고기, 두부는
먹기 좋은 크기로 썬다.
대파는 어슷썰어 준비한다.



2 — 다진 마늘과 된장으로
돼지고기를 버무린 후 재워둔다.



3 — 냄비에 쌀뜨물을 붓고
돼지고기를 함께 넣는다.
강불로 약 15분 끓인다.



4 — 끓기 시작하면 떠오르는
불순물을 건져낸다.



5 — 썰어둔 김치와 대파, 두부,
고춧가루, 김칫국물을 넣고
강불로 약 20분간 끓여준다.



6 — 재료가 푹 익으면 새우젓으로
간을 맞추고 홍고추를 올려 완성한다.

주변 지인들은 발리에 다녀오고 나면 한동안 헤어 나오지 못하는 일명 '발리병'에 걸리곤 했다.
도대체 발리의 어떤 매력이 사람들을 그리움에 시름시름 앓게 만드는지 궁금해서라도 직접 가서 확인을
해봐야겠다는 생각이 들었다. 그리고 이번 여름, 드디어 발리에 다녀왔다. 일주일의 짧은 일정 탓에
가고 싶었던 모든 지역을 다 돌아볼 수는 없었지만, 최대한 관심있던 지역 위주로 일정을 잡았다.
특히 이전에 호텔에서 근무했던 경험이 있기도 해서, 숙소를 가장 중요한 포인트로 삼고 여행 계획을 짰다.
발리의 3개의 지역인 스미냑, 우붓, 짱구에서 묵었던 숙소와 주변에 가볼 만한 곳들을 소개해 보고자 한다.

숙소를 중심으로 떠난 우란의 발리 여행기

글, 사진. **사료사업본부 S1본부 우란 사원**



Travelogue in Bali



스미냑 더 콜로니 호텔 발리의 조식

발리의 입문 스미냑_ Seminyak

스미냑은 발리의 출입문인 응우라이 국제공항과 가까운 곳으로, 꾸따를 지나
바로 도착할 수 있는 지역이다. 발리에서도 큰 동네에 속하고 접근성도 좋다.
쇼핑몰을 비롯한 편의시설들도 많았기에 금 같은 시간을 조금이나마 아끼고
싶던 나에게 스미냑은 첫 목적지로 제격이었다. 특히 SNS에서 유명한 '더 콜로니
호텔 발리(The colony hotel bali)'가 있는 곳이기도 했다. 콜로니 호텔은
한국에서 신혼부부들이 신혼여행을 위해 선택하는 가성비 호텔 중 하나다.
나는 신혼여행은 아니지만 고풍스러운 특유의 분위기를 가진 이 호텔을 놓칠 수
없었다. 발리로 가는 직항 비행기를 타니 밤 10시 이후에 도착해 하루를 손해볼
수밖에 없었지만, 그럼에도 불구하고 콜로니 호텔 2박을 예약했다. 아침부터 이
호텔에서 눈을 뜨고 풍경을 감상할 수 있다면 그 값어치는 충분했기 때문이다.
규모는 작지만 있을 건 다 있는 콜로니 호텔은 조식당마저 그 느긋한 분위기가
남달랐다. 조식 메뉴 역시 가짓수가 많은 것은 아니지만 정성스러운 오믈렛을
대접받을 수 있다. 마지막으로 콜로니 호텔의 가장 큰 매력은 멋진 호텔 외관이다.
호텔 외관을 배경으로 사진을 찍는다면 평생 카카오톡 프로필 사진으로 걸어 둘
만한 인생샷을 건질 수 있다.





스미냑 와룽니아 발리니스 푸드 앤 포크 립스



스미냑 포테이토 헤드

호텔을 벗어나 동네를 조금만 걷다 보면 발리 안에서도 손꼽히게 유명한 '포테이토 헤드(Potato Head)'라는 비치 클럽을 만날 수 있다. 이 비치 클럽은 멋진 노을을 감상할 수 있기에 꼭 추천하고 싶다. 휴가를 위해 이곳을 방문한 사람들의 웃는 얼굴이 나까지 행복하게 만들어 주는 곳이다. 포테이토 헤드에서 나와 시내에 '와룽 니아 발리니스 푸드 앤 포크 립스(Warung Nia Balinese Food & Pork Ribs)'에서 꼬치구이인 사테에 인도네시아 국민 맥주 빈땅을 마신다면 스미냑을 정복한 것이나 다름없을 것이다.

발리의 상징 정글 속 우붓_ Ubud

발리라고 하면 에메랄드빛 바다에 파도가 부서지는 모습이 가장 먼저 떠오르기 마련이다. 하지만 걸어서 구경을 다닐 수 있고 편의 시설이 있는 시내 중심가를 선호하는 나는 우붓 시내에서 가장 큰 리조트인 '알라야 리조트 우붓(Alaya Resort Ubud)'을 선택했다. 스미냑에서 30km 정도 떨어진 우붓은 그랩 택시를 타고 이동하는 게 가장 편리한 방법이다. 30km의 구불구불한 길을 돌아간 끝에 한 시간 반만에 우붓 도착! 마치 개인 프라이빗 투어를 신청해서 가는 것만큼 차창 밖 풍경을 구경하는 재미가 있다. 우거진 정글 숲을 지나 운치 있는 리셉션이 반겨주는 알라야 리조트에 도착했다. 왠지 모르겠지만 도착하자마자 프런트에서 객실을 업그레이드해 줬다. 야자수 나무 사이에 자리 잡은 수영장이 바로 이어지는 룸으로 배정을 받았고 비가 옴에도 스미냑과는 전혀 다른 분위기의 우붓에 매료될 수밖에 없었다. 도착하자마자 리셉션 옆 레스토랑에서 웰컴



알라야 리조트 우붓

애프터눈 티를 먹을 수 있는데 전통 음악을 연주해 주는 분위기에 취해 추가로 와인을 주문했다. 저녁 식사는 발리에 왔다면 먹어봐야 할 발리의 전통요리인 바비굴링을 추천하고 싶다. '오친 바비굴링 삼삼(Ocin Babi Guling dan Samsam)'은 시내에서 조금 벗어난 숲속에 있는 레스토랑인데, 합리적인 가격에 바비굴링을 접할 수 있다. 직접 화로에서 굽는 모습을 볼 수 있어서 맛이 더하다. 하지만 이런 전통 음식이 조금 낯설다면 알라야 바로 앞에 위치한 '로스테리아 피자 쿠치나 우붓(L'Osteria Pizza e Cucina Ubud)'에서 화덕 피자에 파스타를 먹어도 좋다. 1년에 피자를 한두 번 먹을까 말까 한 나에게도 맛있었던 화덕 피자와 고급스러운 분위기까지 모두 잡은 레스토랑이었다. 맛과 분위기에 취해 흥겨운 우붓의 밤!



오친 바비굴링 삼삼



로스테리아 피자 쿠치나 우붓



세상에서 가장 힙한 동네 짱구_ Canggu

마지막으로 소개할 동네는 지금 발리에서 가장 힙한 동네를 꼽으라면 모두가 지목할 바로 그 동네 '짱구'다. 우붓에서 그랩 택시로 한 시간이면 짱구로 넘어올 수 있다. 중급 서퍼들이 사랑하는 파도가 넘실거리는 동네로, 짱구 비치를 중심으로 흥겨운 비치 바(Beach bar)와 분위기 좋은 레스토랑이 즐비하다. 나는 짱구에서 묵을 숙소로 '테아나 빌라 앤 스파(Theanna Villa & Spa)'를 선택했다. 이 빌라의 모든 객실은 단독 풀빌라임에도 굉장히 합리적인 가격을 자랑한다. 객실 컨디션뿐만 아니라 서비스 역시 최고였다. 그 중 하나가 샤워 서비스였다. 당시 한국으로 돌아가는 비행기가 새벽 자정을 넘은 시각 출발했기 때문에 떠나는 날의 일정은 굉장히 여유로웠다. 그런데 발리의 더운 날씨 때문에 출발 전, 땀으로 찝찝한 상태로 비행기에 탈 생각에 걱정이 됐다. 하지만 테아나의 리셉션에서 짐 보관과 함께 샤워 서비스가 필요하지 않은지 물어왔다. 그 덕분에 마지막 날 샤워를 하고 쾌적한 상태로 공항에 갈 수 있었다. 투숙하는 동안에도 필요한 요청 사항은 왓츠앱으로 편하게 소통할 수 있었고 떠나기 전 투숙해 줘서 감사하다는 문구를 한국어로 번역해 보내왔다. 이런 감동적인 서비스는 오랜만이라 잃어버렸던 인류애가 충만한 기분을 느낄 수 있었다! 식사는 짱구에서 가장 유명한 브런치 카페인 '페니 레인(Penny Lane)'에서 샥슈카를 주문했다. 인테리어가 인스타그래머블(instagramble)*할 뿐만 아니라 맛까지 좋았다. 페니레인을 지나 짱구 비치 쪽으로 걸어가면 카페 겸 레스토랑인 인 '타임 비치 와룽(Times Beach Warung)'이 나온다. 빈백에 누워서 태닝하는 사람들, 독서하는 사람들, 비치볼 하는 사람들을 구경하며 칠링하기 더할 나위 없이 좋은 곳이다. 마지막으로 짱구 비치의 완전 메인에는 '올드 맨스(Old Man's)'라는 비치 바가 있다. 짱구의 핫한 마지막 밤을 아쉬움 없이 즐기기에는 최고의 장소일 것이다.

짱구 테아나 빌라 앤 스파



올드 맨스



일주일이란 시간은 스미냑, 우붓, 짱구를 둘러보기엔 적합했지만 발리의 모든 매력을 알기엔 부족했기에 아쉬움이 남았다. 하지만 다음에 또 발리를 올 수 있는 여지를 남겨둔 것 같아 슬프지 않다. 발리에 다녀온 지 한 달이 지난 지금도 발리의 모든 기억이 선명해서 발리에 다녀온 주변 사람들이 발리병에 걸렸던 이유를 이해하게 됐다. 다음에 발리에 다시 가게 된다면 남부의 짐바란과 울루와투 그리고 동쪽의 사누르, 누사페니다, 길리 섬까지 정복하고 싶다. 이번 발리 여행의 중심이자 가장 만족했던 점은 역시나 숙소였다. 다음 여행에는 얼마나 더 좋은 숙소에 묵어볼 수 있을지도 기대된다. 이번 여행을 통해 버킷리스트에 추가된 발리 한 달 살이를 꿈꾸며, 여행기를 마친다.



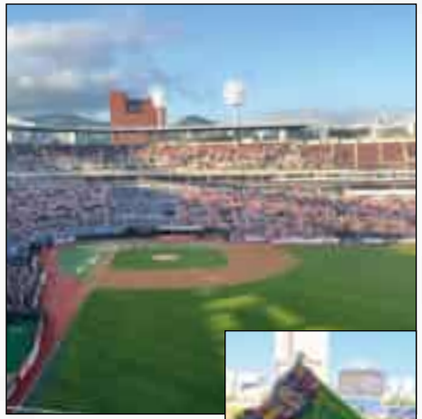
* **인스타그래머블(instagramble)**:
'인스타에 올릴 만한'이라는 뜻의 신조어

팜스코인들이 여가시간을 즐기는 법

취미중개소

#1

• 팜엔코 환경기술사업부 _ **김란영 사원**











Tip

KBO에 10개의 구단이 있습니다.
각 구단마다 경기 시작 전, 경기 중간,
경기가 끝난 후 행사가 있으니 찾아보고
다니는 것도 야구장의 묘미입니다.
'야구장 먹거리'라 하면 흔히 치킨을 먼저
떠올리시는데요. KT위즈파크의 보영만두,
랜더스필드의 크림새우, 잠실야구장의
김치말이국수 등 구장마다 유명한 먹거리들이
있으니 눈과 입 모두가 즐거운 시간 보내시면
좋겠습니다.

홈런 또 홈런,
야구는 9회말 2아웃부터!

야구에 푹 빠지게 된 건 작년 팜엔코 타운홀 미팅 때 수원 KT위즈파크로
경기를 보러 갔을 때였습니다. 야구를 좋아하는 여러 가지 이유가 있지만
가장 큰 매력을 꼽는다면 아무래도 끝날 때까지 경기의 승패를 알 수 없다는 점인
것 같습니다. 야구는 9회말 2아웃부터라는 말처럼 마지막 아웃카운트가 올라가기
전까지 어느 팀이 승리할지 아무도 모릅니다. 주먹만한 공과 기다란 막대기가
보여주는 드라마 같은 순간들이 야구의 가장 큰 매력이라고 생각합니다. 야구에
관심이 있는 야린이 사우분들께 먼저 가까운 야구장에 가서 직접 보시는 걸 추천
드립니다. 야구장에 가서 드라마의 조연이자 주연으로 함께 응원하다 보면 나도
모르게 야구가 삶에 스며들어 있을 겁니다. 맛있는 치킨과 시원한 맥주가
덤으로 따라오니 꼭 방문해 보시라고 추천 드리고 싶습니다.

#2

• 식품사업본부 신선영업4팀 _ **박종홍 사원**





Tip

운동 시에는 첫째도 안전, 둘째도
안전입니다. 저는 과욕을 부린 탓에
디스크 증상으로 일년 정도 아예 운동을
하지 못했던 적이 있습니다. 퍼포먼스
향상이나 기록도 중요하지만, 결국 건강을
위해 하는 활동이니만큼 부상 위험 부위에
보호대를 착용하는 등 다치지 말고
롱런하셨으면 좋겠습니다!

건강과 즐거움을 동시에,
헬스와 농구!

어느 날 문득 하루종일 게임만 하며 시간을 버리는 게 아깝다는 생각이
들었습니다. 그 시간에 운동을 하면 건강이라도 얻겠다 싶어 바로 헬스장을
등록한 후, 운동을 시작해 현재 5년째 꾸준히 이어나가고 있습니다. 농구의 경우,
고교 재학시절 친구들과 함께 학업 스트레스를 풀 겸 시작했습니다. 요즘에도
주말에 슈팅연습을 꾸준히 하며 감각을 유지하고 있습니다. 농구의 매력은 팀
스포츠인 만큼 타인과 함께 즐길 수도 있지만, 혼자서도 즐길 수 있다는 점입니다.
또한 업무 스트레스를 효과적으로 해소할 수 있다는 장점도 있습니다. 모든 운동이
그렇겠지만 헬스도, 농구도 모두 꾸준함이 관건입니다. 훈련량이 쌓이고 쌓일수록
훗날 제 실력으로 돌아오기에 매번 성실히 임하면 실력이 상승해 있는 자신을 만날
수 있어 매우 뿌듯해집니다.

팜스코 중부공장의 안전보호구 착용 릴레이 캠페인

팜스코 중부공장이 안전보호구 착용을 독려하기 위해 자발적 릴레이 캠페인을 진행했다.
안전보호구 착용은 매우 중요하지만, 여름철 혹서기를 보내며 덥고 답답하다는 이유 등으로
보호구를 착용하지 않고 작업하는 경우가 발생하자 이를 경계하기 위한 것. 안전에 대한 사회적,
내부적 이슈를 체감하여 보호구 착용에 힘쓰고 있는 팜스코 중부공장의 릴레이 캠페인에는
2024년 8월 23일까지 20명이 참여했으며, 중부공장 전원이 참여할 예정이다.






















사료사업본부

팜스코, ‘The Record Shows’ 캠페인으로 팜스코의 가치를 고객에게 기록으로 증명



팜스코가 2024년 9월 1일부터 11월 30일까지 3개월간 ‘The Record Shows’ 캠페인을 실시 중이다. 이번 캠페인은 양돈, 축우, 양계 축종을 중심으로, 회사의 경영목표인 연간 판매량 170만톤 달성과 양돈 월 판매량 8만톤 판매를 목표로 한다. 축종별로 이번 캠페인의 전략은 다음과 같다. 먼저 양돈은 돼지의 소화율과 생산성을 높이는 윈맥스M과 질병 회복을 돕는 솔루션H를 통해 출하체중 증가와 이유 후 육성률을 향상시키는 데 중점을 둔다. 축우는 한우 송아지의 초기 성장 잠재력을 극대화하기 위해 메가테크노롤지가 적용된 프리미엄 사료 프로그램을 제공하며, 이유체중과 6개월령 체중 목표를 설정하여 중장기적인 수익성을 확보한다. 양계는 산란계의 생산성 관리를 강화하고, 난각과 난질의 품질을 향상시키는 팜스 에그쉘플러스 리뉴얼 제품을 출시하여, 하반기 난가 어려움에 대비한다. 정영철 마케팅실장은 “각 축종별로 기록 관리를 통해 고객의 생산성과 수익성을 향상시키고자 한다”며, “이번 캠페인의 성공을 통해 팜스코가 축산업계에서 더욱 공고한 입지를 다질 수 있을 것”이라고 말했다. 그는 또한, “팜스코의 가치를 고객에게 기록으로 보여주는 것이 이번 캠페인의 핵심”이라고 덧붙였다. 최훈아 사료사업본부장은 “이번 캠페인은 팜스코의 역량을 하나로 결집시켜 연간 판매 신기록을 달성하고 우리가 추구하는 팜스코의 가치를 기록으로 증명하여, 이를 통해 고객과 함께 성장하는 기업이 되고자 한다”며 캠페인의 의미를 강조했다.

사료생산본부

팜스코 서부공장, 사료생산 1천만톤 달성



팜스코 서부공장이 사료 생산 누적 1천만톤의 위업을 달성하며, 또 하나의 중요한 이정표를 세웠다. 1984년 준공된 이래, 서부공장은 지속적인 생산 증대를 통해 꾸준히 성장해왔으며, 지난 6월 28일 마침내 그 성과를 공식적으로 발표했다. 이번 기념 행사는 서부공장 사무동 대회의실에서 성대하게 열렸으며, 김남욱 대표이사를 비롯한 다수의 임직원과 협력업체 대표들이 참석하여 자리를 빛냈다. 김남욱 대표이사는 이 자리에서 공장의 성공에 기여한 모든 이들에게 감사의 뜻을 전하며, 공로자들에게 감사패를 수여했다. 행사에서는 감사패 수여식과 더불어 축하의 의미를 담은 케이크 커팅식도 진행되었으며, 서부공장의 역사와 주요 성과를 돌아보는 발표가 이어졌다. 특히, 서부공장은 그동안의 지속적인 기술 혁신과 프로세스 개선을 통해 생산 효율성을 극대화해 왔음을 강조하며, 이러한 노력이 이번 성과로 이어졌다고 평가했다. 조남혁 공장장은 “1천만톤 생산 달성은 고객 여러분의 변함없는 신뢰와 지지 덕분”이라며, “앞으로도 최고의 품질을 갖춘 사료를 생산하여 고객 만족을 실현해 나가겠다”는 강한 포부를 밝혔다.

식품사업본부

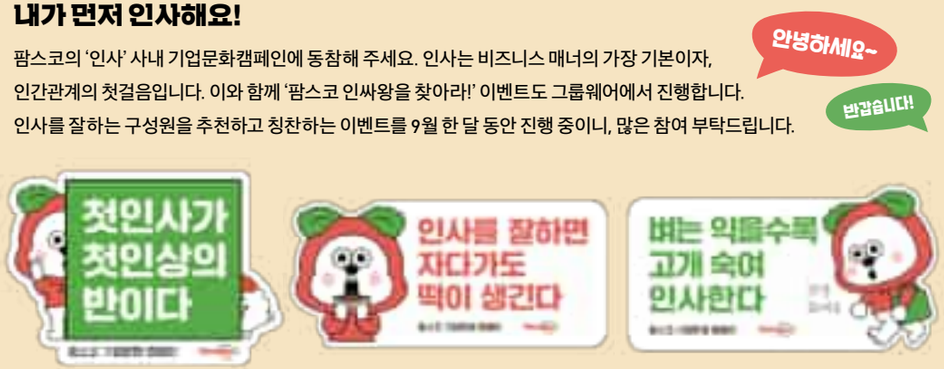
하이포크, 홈플러스 ‘만능상회’ 시리즈 첫 달 1만 팩 판매 기록



국내 신선육 전문 브랜드 하이포크는 홈플러스에서 판매하는 제품 중 하나인 ‘만능상회’ 시리즈가 론칭 한 달 만에 누적 판매량 1만 팩을 돌파했다. 이 시리즈의 인기 비결 중 하나는 바로 품질이 우수한 No.1 신선육 브랜드 하이포크의 원육이 사용된다는 점이다. 하이포크는 홈플러스에 론칭한 신제품을 통해 더 많은 소비자들에게 다가갈 수 있는 기회를 마련했다. ‘만능상회’ 시리즈는 최근 대패 구이를 선호하는 트렌드를 반영해 냉동 대패 삼겹살, 대패 목심, 앞다리살로 구성되어 있다. 각 제품은 대패 삼겹살과 대패 목심이 600g, 앞다리살이 500g 단위로 판매되며, 냉동 상태로 제공되어 유통기한이 넉넉하기 때문에 소비자들이 안심하고 구매할 수 있다. 특히, 하이포크 돈육은 신선하고 고소한 맛으로 유명하여 소비자들의 높은 만족도를 이끌어내고 있다. 고소한 맛의 신선한 하이포크 돈육을 빠르게 구워 먹을 수 있어 큰 인기를 끌고 있다. 하이포크는 국내 신선육 시장에서 No.1 브랜드로 인정받고 있으며, 이번 홈플러스와의 협업을 통해 더 많은 소비자들에게 그 우수성을 입증하고 있다.

내가 먼저 인사해요!

팜스코의 ‘인사’ 사내 기업문화캠페인에 동참해 주세요. 인사는 비즈니스 매너의 가장 기본이자, 인간관계의 첫걸음입니다. 이와 함께 ‘팜스코 인싸왕을 찾아라!’ 이벤트도 그룹웨어에서 진행합니다. 인사를 잘하는 구성원을 추천하고 칭찬하는 이벤트를 9월 한 달 동안 진행 중이니, 많은 참여 부탁드립니다.



본사



2024년 팜스코 지속가능경영보고서 발간

팜스코가 사전조사, 기획 및 작성, 디자인 및 검증, 보고서 완성 등 4단계로 진행한 2024년 지속가능경영보고서를 발간했다. 비재무적성과를 이해관계자와 투명하게 공유하기 위한 것으로, ESG를 경영의 우선 가치에 두고 지속가능경영을 실천하기 위한 팜스코의 활동 등을 담고 있다.



2024 하반기 전략수립워크샵 진행

팜스코가 7월 5일부터 6일까지 양일간 용인 한라인재개발원에서 '2024 하반기 전략수립워크샵'을 진행했다. 이번 워크샵은 2024년도 상반기의 아쉬웠던 부분들을 돌아보며 그 이상을 채울 수 있는 실질적인 전략을 구성하자는 의미로 진행됐다.

사료사업본부



팜스코, 우리 축산물 소비 캠페인 전개

팜스코가 한우와 한돈 소비 촉진을 위해 직원들이 직접 축산물을 구매하고 이를 팜스코에서 새롭게 오픈한 축산 디지털 플랫폼인 '팜플랫'에 인증하는 우리 축산물 소비 캠페인을 전개한다. 팜스코는 이를 통해 동물복지 기반의 육가공 제품을 활용하고, 축산농가와의 협력을 강화할 계획이다.

식품사업본부



팜스코, 차별화된 품질의 천평한우 선보여

팜스코가 혁신적인 프리미엄 한우 브랜드 '천평한우'를 공식 출시해 다가오는 추석 시즌을 맞아 특별 선물세트를 공개한다. 오로지 1++ 등급의 한우만을 선별하여 제공하는 천평한우는 엄격한 품질 기준을 통해 소비자들에게 최고의 한우 경험을 선사할 예정이다.



팜스코, 2024 전국영양사학술대회, 식품기기전시회 참여

팜스코가 지난 7월 24일부터 25일까지 양재 aT센터에서 열린 '2024전국영양사학술대회' 및 '식품·기기전시회'에 참가했다. 팜스코는 '하이포크 동물복지'를 원육으로 사용한 건강한 급식용 육가공 제품들을 소개했다.

팜스코바이오인티

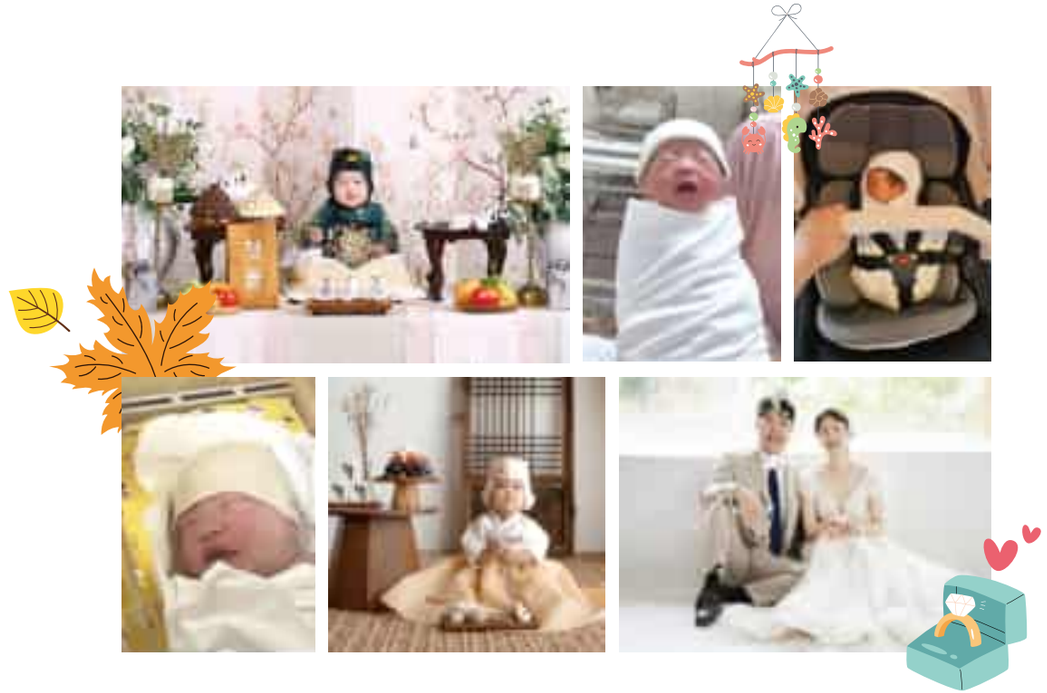


팜스코바이오인티 출하성적 level-up전진대회 실시

팜스코바이오인티가 7월 19일 출하성적 level-up전진대회를 실시했다. 출하등급 캠페인 실적발표와 시상을 위해 마련된 이번 행사에서는 방역센터의 교육과 더불어 더 나은 출하성적을 위한 기사님들의 노하우를 공유하는 시간도 진행되었다.

Oh Happy Day!

2024년 5월~8월

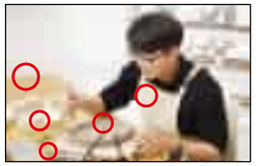


2024

5.3	사료생산본부 제주생산팀 김경한 사원	첫째 돌
5.4	사료사업본부 중부공사 생산팀 이신영 사원	첫째 돌
5.7	식품사업본부 청주푸드센터 김동규 사원	첫째 출산
5.13	사료사업본부 S2본부 금동건 대리	둘째 출산
5.15	식품사업본부 육가공MS팀 소유업 과장	둘째 출산
5.16	한우사업본부 1사업부 1농장 장준성 농장장	첫째 출산
5.24	사료사업본부 마케팅실 김어진 과장	둘째 출산
6.21	식품사업본부 하이포크푸드센터 송용학 사원	첫째 출산
7.1	식품사업본부 육가공사업부 곽성신 사업부장 식품사업본부 하이포크푸드센터 최선혜 대리	둘째 출산
7.13	한우사업본부 2사업부 2농장 박성민 대리	결혼
8.3	팜스코바이오인티 비육계열2팀 심유선 지역부장	첫째 돌
8.6	식품사업본부 하이포크푸드센터 김규화 사원	둘째 출산
8.14	경영지원실 인사팀 임재민 대리	첫째 출산
8.16	팜스코바이오인티 해오름농장 공무팀 박덕진 사원	첫째 출산
8.27	팜스코바이오인티 비육계열4팀 임권일 지역부장	둘째 출산

팜스코의 품

지난 호 다른 그림 찾기 당첨자



문선미 전북　임주현 서울
김태중 경기　조재상 경기
송기정 충남　김영태 경기
정종훈 경기　이병훈 충남
고인희 경기　장원정 경북
김준규 경기　임상완 경북
정성욱 경기　김성철 전북
정창환 충남　김지원 경기
김상우 서울　김동균 경기
최율호 전북　김동진 경기
강경호 전북　유현지 충남
금동건 충남　이재영 경기
정혜인 대구　이대로 전북
오동주경기　김남석 대구
이승재 경남　장미경 전북
허명순 충남　이승훈 서울
김다현 경기　변주년 대전
김정은 강원　정민결 경기
윤지성 충남　김주환 전북
이석제 경기　조보연 서울
김웅위 경기　양종학 경기
권용준 경기　정다정 경기

Fun & Fun
다른 그림 찾기



1



2

두 그림 중 다른 부분 다섯 군데를 체크하신 후,
독자 엽서에 표시하시거나 사진을 찍어 온라인 엽서로 응모해주세요.

정답자를 추첨해 소정의 선물세트를 드립니다.

Hypork 하이포크
www.hypork.com
돼지고기 맛의 기준을 높이다.
건강한 식탁을 위한 하이포크의 약속을 확인하세요.