오리온은 5월 11일 인도네시아 제과기업 델피와 현지 합작법인 설립 계약을 체결했다고 12일 밝혔습니다.

우선, 합작법인이 무엇일까요? 2개국 이상의 기업 – 개인 – 정부기관이 계약내용에 따라 특정기업체 운영에 공동으로 참여하는 국제경영방식으로 전체 참여자가 출자지분에 따라 이윤을 배분하면서 공동으로 소유권을 갖는 것을 말합니다. 따라서 합작의 경우 계약내용이 매우 중요합니다.

합작법인을 하는 방법으로는 아예 새로운 기업을 세우는 신설방식으로 이루어질 수도 있고, 기존 현지법인의 일부 소유권을 취득하는 방식으로 이루어질 수도 있습니다. 다국적기업이 현격한 기술격차를 이용하여 해외에 진출했던 1950~1960년대에는 합작투자보다 단독투자방식이 많이 이용되었지만, 경쟁이 격하되고 신기술이 지연되는 등 독점적인 우위의 확보가 어려워짐에 따라 최근 들어 합작투자를 통한 해외진출을 많이 이용하고 있습니다.

그렇다면 이번에 합작법인을 세운 오리온과 델피는 어떻게 합작법인을 이뤘을까요? 우선, 오리온과 델피는 각각 50%의 지분을 투자해 오는 7월 중 ‘델피-오리온’이라는 합작법인을 세우고, 오리온이 생산하는 제품 판매를 나설 계획이라고 합니다. 그 말인즉슨 출자지분에 따라 오리온과 델피가 수익이 생길 경우 50 : 50으로 수익을 나누어 갖는다는 말이겠지요.

그럼 다음으로 인도네시아에 대해서 알아볼까요? 아시다시피 인도네시아는 동남아시아에 위치해있고 면적은 190만 제곱 킬로미터로 남한의 19배이며 인구는 2억5천명으로 세계에서 4번째로 많은 사람들이 살고 있는 국가입니다. 그리고 17,508개의 섬으로 구성된 국가입니다.

인도네시아 제과 시장은 2010년 이후 5년간 연평균 4%씩 성장해 약 5조원 규모입니다. 델피를 비롯한 현지 기업들이 시장의 80%를 차지하고 있으며 글로벌 기업으로는 몬델레즈, 펩시 등 브랜드 파워를 갖춘 회사만이 안착할 정도로 쉽지 않은 시장으로 손꼽힙니다. 게다가 섬이 많고 내륙 운송 비용이 높아 영업망 확대가 어렵기 때문입니다.

인도네시아 1위 제과 기업 델피는 1984년 페트라푸드 (Petra Foods)로 설립됐으며, 올해 사명을 변경했습니다. 시가총액이 약 1조2000억 원에 달하는 델피는 전국 30만개 소매점을 커버하는 현지 유통 자회사를 보유하고 있고 50%에 가까운 시장점유율을 기록하고 있는 초콜릿을 비롯해 음료, 아침대용식 등을 주력으로 하고 있습니다.

그렇다면 이번 오리온과 델피의 합작법인으로 어떤 점이 기대가 될까요? 델피는 초콜릿, 음료, 아침 대용식을 주력으로 하고 있기 때문에 파이, 스낵, 비스킷, 껌을 주력으로 하는 오리온과는 윈윈하는 효과를 가져올 것으로 기대가 됩니다. 또한 아까 말했다시피 인도네시아는 1만 7000여 개의 섬으로 되어있는 국가에다가 내륙 운송망이 발달하지 않아 영업망 확대가 어렵습니다. 이 때문에 전체 제과 시장의 80%를 현지 업체들이 점유하고 있는 것입니다. 따라서 이런 니즈를 델피의 유통네트워크가 충족시켜줄 수 있고, 델피는 떨어지고 있는 초콜릿 제품 성장률을 오리온의 제품력을 통해 다시 끌어올릴 수 있을 것으로 보입니다.

마지막으로 오리온은 왜 인도네시아 시장으로 진출을 결심하게 되었을까요? 담철곤 오리온 회장은 무려 6년 전부터 인도네시아 진출을 준비했다고 합니다. 인도네시아 시장에 진출하기 위해서는 할랄인증을 받아야 하는데요 할랄인증은 이슬람 율법에 따라 도살 및 가공 처리된 식품과 가공품에 주어집니다. 인도네시아, 말레이시아, 브루나이 등 동남아시아에 사는 이슬람 신자는 약 3억 명에 달합니다. 게다가 인도네시아 인구의 85%가량이 이슬람교 신자라고 합니다. 그래서 오리온은 시행착오 끝에 초코파이도 할랄인증을 받았고 베트남 초코파이 생산라인 또한 할랄인증을 받았다고 합니다. 인도네시아 시장에서 성공을 거둔다면 이슬람교인이 많은 다른 국가들로의 진출도 충분히 생각해볼 수 있지 않을까요?