

일본전기공업회, 중전기기 부품 수·발주 외부위탁시스템 구축

일본전기공업회는 최근 중전기기의 부품과 제품의 수·발주, 생산 등 업무의 외부위탁시스템을 일본배전반공업회와 관련한 업체단체 등과 구축한다고 발표했다.

최신의 정보기술(IT)과 인터넷을 구사하는 것에 의해 중소기업군과 계열 등 종래의 상관행을 초월한 횡단적인 전자상거래를 중심으로 판매량에 기초한 생산량 등을 관리하는 '서플라이체인·매니지먼트'(SCM)시스템을 구축한다.

거래 전체의 코스트 삭감과 업무의 효율화를 도모, 각 사의 경영 스피드업과 경량화 등에 의해 제품경쟁력 강화와 코스트다운을 도모한다.

올해 1년 동안 시스템의 표준기반을 정비하여 2001년 이후 본격적으로 사업을 전개한다.

이 프로젝트는 지난 1999년의 보정예산에 의한 통산성으로부터의 보조금을 받아 정보처리진흥사업협회가 실시하는 중소기업 경영환경개선 지원소프트웨어의 개발·실증사업으로서 실시하는 것이다.

IT를 활용하는 것에 의한 국제적인 경쟁력의 강화를 목적으로 한 것이다.

일본전기공업회에 설치한 '중전산업IT혁명중기비

전특정위원회' 중의 워킹그룹에서 구체적인 추진방법을 탐구하고 있다.

이번에는 수배전감시제어반 분야에 있어서의 부품을 대상으로 했다.

발주자인 조립메이커와 수주자인 부품공급자의 관계가 중소기업과 대기업간의 입장이 되고 있기 때문에 중소기업과 대기업 쌍방이 거래선을 확대시킬 수 있도록 하기 위한 것이다.

▲부품의 유연한 조달을 가능하게 하는 전자상거래와 SCM의 구축 ▲부품의 기술정보 표준화와 공유시스템의 구축 ▲생산의 유연한 아웃소싱을 도모하는 설계정보 공유환경의 구축 등 세가지 점에 대해 시스템 개발과 실증시험을 수행한다.

구체적으로는 부품과 설계·제조의 아웃소싱, 전자공개입찰과 전자카탈로그의 작성, 설계정보의 수·발주자간의 공유 등 표준전자상거래를 수행하는 모델기반을 구축한다.

참가기업은 日立製作所, 도시바, 미쓰비시전기, 후지전기, 安川電機, 明電舎 등 중전기기 6개사를 비롯 일본전기공업회 산하기업과 일본배전반공업회, 일본전기제어기기공업회, 일본전기계측기공업회 등 관련 단체의 회원 기업이다.

도쿄전력, “모든 자재조달 인터넷으로”

도쿄전력은 변압기, 수력·화력·원자력 등의 각 발전설비, 전선 등 전력 관련기자재 전 품목을 인

터넷 조달로 전환할 방침임을 발표했다.

도쿄전력의 자재와 부품 조달품목은 약 5만개, 금액 기준으로는 연간 1조5천억엔 규모이다.

최근까지 조달의 대부분은 문서나 전화에 의해 실시되어 왔지만 향후 전 품목을 인터넷으로 조달하게 된다. 이에 따라 도쿄전력을 포함한 모든 관련 회사의 입찰참가가 가능해졌다.

도쿄전력은 인터넷 조달에 의해 입찰참가자를 증가시키고, 현재 인터넷 조달비율이 7.1%에 그치고 있는 해외에서의 자재·부품의 조달 비율을 대폭 끌어 올릴 방침이다.

도쿄전력의 '99년 해외조달액은 421억9천만엔이며, 이중 대한 수입액은 24억3천만엔으로 전체의 5.8%에 머물고 있다.

대한 조달품목도 강관, 콘크리트 패널판, 전선이 주요 품목이다.

도쿄전력 측에서는 한국에서의 조달액을 증가시키기 위해 지난 5월 25일자로 한국어 조달사이크를 WEB상에 설치한 바 있다(<http://www.tepco.co.jp/procure/담당>: 시미즈 03-3501-8111).

제품 공급 포인트는 다음 3개 항목인데, 이것을 염두에 두고 세일즈 활동을 전개해야 한다.

- ① 가격과 품질(적정한 가격, 안전성과 신뢰성, 호환성)
- ② 애프터 서비스(메인テナンス에 대한 협력, 클레임에의 적절한 대응과 보증, 개량에 대한 노력)
- ③ 딜리버리(납기의 엄수, 안정공급, 긴급사태에

의 대응)

최근 해외에서의 조달 주요 물품은 다음과 같다.

◆ 화력·원자력 관련기자재

- 채널박스
- 발전설비
- 냉각용 티타늄관
- 강관말뚝

◆ 전자통신 관련기자재

- 광화이버 케이블
- 자동교환기
- 납축전지

◆ 유통관련 기자재

- 강철심알루미늄연선(ACSR)
- 변전소용 변압기
- 가스차단기
- 아몰파스합금
- 아연도금강 및 선
- SV·DV 케이블
- 철탑
- 주상개폐기

◆ 기 타

- 사무기기
- 오피스가구

중국, 전동공구 수출 의존도 높아

중국의 전동공구 수출량은 연간 생산량의 88% 이상으로 수출의존도가 아주 높은 산업이다.

해관 통계에 따르면 지난해 중국의 전동공구 수출량은 5,600만대 이상으로 수출액이 7억545만 달러에 달했으며 부품을 합칠 경우 7억8,500만달러로 사상 최고치를 기록했다.

이러한 수출량은 전년대비 47.9% 증가한 것이며 수출액은 전년대비 32.1%(부품 포함시 32%) 늘어난 것이다. 전동공구 무역흑자를 달성하기 시작한 '93년에 비해 수출량은 4배 증가하고 금액은 7배 증가한 것이다.

○ 휴대용 전기드릴(手提式電鑽)

휴대용 전기드릴은 수출량과 금액에서 모두 1위를 차지하며 교류직렬식 전기드릴, 전기해머, 충전식 전기드릴, 나선형 전기드릴 등 다양한 제품을 수출하고 있다. 최대 수출지역은 유럽으로 총 수출량의 48%를 차지한다.

○ 연마류 공구

주요 수출품으로는 광택기, 소형선반식 회전숫돌기, 평판식광택기, 삼각형 광택기, 벨트식연마기 등이다.

유럽이 주요 수출지역으로 수출량은 1,128만대로 총 수출량의 64%를 점한다. 對북미지역 수출은 수량 319만대, 금액 3,523만달러를 기록해 총 수출에서 차지하는 비중은 각각 18.2%, 17.2%를 차지했다.

아시아에 대해 수출은 수량은 157만대, 금액은 2,109만달러를 기록해 총 수출량의 8.9%, 총 수출액의 10.3%에 달했다.

○ 전기톱(電鋸)

주요 수출제품은 곡선전기톱, 왕복형전기톱, 단면 전기톱 등 휴대용 톱 종류와 선반식 공구 등이다.

● '99년 주요 전동공구 수출현황

(단위 : 만대, US\$만, %)

제 품	금액	비중	수량	비중
휴대용 전기드릴	329	43.6	2,271	40.5
연 마 류 공 구	204	27.1	1,757	31.3
휴대용 전기톱	97	12.8	459	8.1
전 기 대 패	19	2.6	99.3	1.7
기 타	105	13.9	1,013	18.0
소 계	755	100	5,600	100
부 품	30		6,067t	
총 계	785			

[자료 : 중국해관통계 1999]

유럽이 최대 수출지역으로 유럽에 대한 수출량은 335만대, 수출액은 5,847만달러로 전기대비 총 수출량의 73.1%와 수출액의 60.3%를 차지했다.

○ 전기대패

전기대패의 주요 수출지역은 유럽과 아시아로 이 지역에 대한 수출량 합계는 총 수출량의 92.8%에 달하는 절대비중을 차지하고 있다.

對유럽 수출은 수량은 72만8천대, 금액은 1,215만달러로 총 수출에서는 차지하는 비중은 73.4%, 수출액은 1,215만달러로 수출총액의 64.98%를 점했다.

○ 부 품

지난해 전동공구 부품 수출도 전년대비 큰 폭 성장했으나 일부 제품의 경우 수출 평균단가는 하락했다.

이러한 수출증가는 기존에 판매된 제품의 A/S 수요증가와 구미지역 전동공구 생산업체의 對중국 부품 수입에 기인하는 것으로 분석된다.

● '99년 지역별 수출실적

(단위 : 만대, US\$만)

지 역	전동공구제품		전동공구부품	
	수 량	금 액	수 량	금 액
아 시 아	581.5	8,513	2,314	1,330
아 프 리 카	21.2	295.3	124.6	31.3
유 럽	3,032	39,943	-	-
남 미	234.7	2,730	275.2	117.6
북 미	8,610	21,743	1,202	568.7
오세아니아	120.5	2,288	1,202	568.7

관련업계에 따르면 구미 전동공구 생산업체들이 원가절감을 위해 부품의 對中 수입량을 늘리고 있을 뿐만 아니라 상하이 등에 사무소를 설립하고 있다. 또한 한국, 일본, 홍콩, 대만업체들도 對중국 전동공구 부품을 대량 수입하고 있는 것으로 알려지고 있다.

지난해 對유럽 수출량은 전년대비 53% 증가했

으며 북미지역에 대한 수출량은 전년대비 43.9% 늘어났다. 지역 경제회복에 힘입어 아시아에 대한 수출량도 전년대비 46% 증가했다.

중국산 전동공구는 품질에서 국제 수준에 어느 정도 접근하고 있을 뿐만 아니라 우수한 가격경쟁력을 구비하고 있어 외국업체들에 환영받는 것으로 분석된다.

비록 수치상으로는 수량, 금액 모두 상당한 증가폭을 달성했으나 수출단가는 하락해 수치면에서는 별다른 진전이 없는 것으로 지적되고 있다.

실제 휴대용 전동공구의 소폭상승(4.1%)을 제외한 기타 전동공구와 부품의 수출평균단가는 모두 하락세를 보여 전동공구 수출평균단가는 전년대비 10.3% 떨어졌다.

주요 수출제품별 수출평균 단가 하락폭을 살펴보면 전기드릴 17.8%, 휴대용 전기톱 16.8%, 휴대용 연마광택기 9.6%, 휴대용 대패 12.8%이며 부품 수출평균단가도 30.8% 하락했다.

스리랑카, 대규모 광섬유통신망 설치

스리랑카통신공사(SLT)는 제1차 지역통신개발 프로젝트의 일환으로 15억루피(약 2억달러)의 비용을 들여 스리랑카 최초의 지역간 광섬유통신망을 운영하기로 했다.

이 통신망은 길이가 700km로 Colombo를 비롯한 15개의 지역을 연결한다.

이번의 통신망은 2Mbps 용량의 채널 824개를 Colombo와 지방 지역 연결을 위해 설치하고 지방 지역 상호간의 연결을 위해서는 2Mbps 채널 365개를 설치해 놓고 있다.

이와 같은 첨단 수준의 광섬유통신망을 구성함으로써 스리랑카통신공사의 통신 능력이 괄목할 정도로 확대될 전망이다. 이번 프로젝트와 함께 스리랑카통신공사는 멀티미디어, 고속 데이터 통신, 영상회의, Integrated Services Digital Network (ISDN) 등 다양한 인프라 개선 작업도 함께 할 계획이다.

스리랑카통신공사는 Colombo 시내 및 스리랑카 남쪽 및 북쪽 지역 3개의 통신망 설치도 계획하고 있다. 스리랑카통신공사에 의하면 스리랑카를 앞으

로 서남아시아의 '사이버섬(Cyber Island)' 및 통
 신중심지로 만들 계획이다.

한편 우리나라의 對스리랑카 광케이블 수출은
 아직 없는 것으로 나타나고 있다.

미국, UL 마크 인증절차 강화

세계적 안전규격 인증기관인 미국의 UL이 표준
 규격 설정 및 품질 테스트 과정에 소비자를 적극
 참여시키는 등 인증절차를 강화할 방침이어서
 우리 업계의 UL마크 획득이 더욱 어려워질 전
 망이다.

UL의 이와 같은 결정은 최근 “공익성이 생명인
 UL이 테스트를 의뢰하는 업체 편에 서 있다”는 비
 판이 일고 있는데 따라 규격인증 과정을 보다 공
 정하게 하기 위한 것으로, UL은 앞으로 표준규격
 을 정하는 처음 단계부터 마지막 제품의 테스트 과
 정까지 일반 소비자단체와 안전관련 공무원을 적
 극 참여시키기로 했다.

물론 지금까지 UL은 종종 소비자 단체를 인증
 과정에 참여토록 했으나 UL의 담당직원이 인증대
 상 업체의 의견을 토대로 해당제품의 안전규격을
 1차 확정된 이후여서 형식에 그친 것이 사실이나,
 앞으로는 인증과정에 소비자, 정부, 업체가 모두
 참여하기 전에는 절대로 표준규격을 확정하거나
 인증을 발부하지 않을 방침으로 알려졌다.

이를 위해 UL은 비 전문가인 소비자 대표가 UL
 인증 과정에서 실질적인 역할을 할 수 있도록 UL
 의 표준규격 설정 절차와 특정 품목의 기술적 측면
 등을 교육시킬 방침인데, 우선 시범적으로 쿡링레인
 지 안전규격 개정 심의에 전국소비자연맹(NCL)
 등 3개의 소비자 단체를 참여시키기로 했다.

매년 8만5천개의 제품을 테스트해 150억개의

상품에 품질마크를 부착하고 있는 UL은 최근 UL
 마크가 부착된 제품이 잇단 안전사고를 일으켜 안
 전수호의 상징기관으로서의 권위와 자부심에 큰
 손상을 입기 시작한 것이 사실이다.

지난해 11월 워싱턴포스트지 조사에 따르면 지
 난 몇 년 동안 UL마크가 부착된 전열난방기, 할
 로겐램프, 베이비모니터, 토스터 등의 결함으로 많
 은 화재가 발생했으며, 화재예방 스프링클러 시스
 템도 30%가 제때에 기능을 하지 못했고, UL 실
 험실 통과를 위해 디자인된 연기감지기와 일산화
 탄소 경보기도 실제 상황에서는 작동하지 않은 사
 례가 많았던 것으로 나타났다.

그러자 UL의 안전규격과 테스트의 엄격성에 문
 제가 있다는 지적이 나오기 시작했으며, 전문가들
 은 그 원인을 UL의 운영예산이 궁극적으로 인증
 을 신청하는 업체에 종속되어 있기 때문이라는데
 대체적으로 견해를 같이 하고 있다.

전세계에 걸쳐 13개의 실험실을 운영하고 5,200
 여명의 직원을 가진 UL은 매년 4억달러의 예산을
 사용하고 있는데, 이중 98%가 인증 의뢰업체의
 신청비용에서 충당되고 있는 현실에서 UL이 수입
 원인 고객의 제조품에 대한 안전도 심사규격을 엄
 격하게 설정할 수 없을 것이라는 것이다.

UL의 문제점은 이외에도 ▲실험실내 안전테스
 트가 현실 상황을 잘 반영하지 못하고 있고 ▲제
 품의 장기적 사용시 안정성 요소를 적절히 고려하

지 않고 있으며 ▲제품의 결함이 발견된 이후의 대책이 늦는 등 여러 문제점이 있는 것으로 지적되고 있다.

1894년에 설립, 100년이 넘는 역사를 자랑하는 UL이 권위회복 차원에서 이와 같은 문제점을 해

결하기 위해 앞으로 안전규격 및 인증절차를 보다 강화할 방침이어서, 전기전자제품 및 가정용품 등 소비자 밀접 상품의 미국시장 진출시 필수요건인 UL마크 획득이 앞으로 더욱 어렵게 될 전망이다.

美, 콤팩트 형광등 수요 크게 늘어

미국의 금년 조명기기 시장수요가 콤팩트 형광등(표준화된 백열전등 소켓에 사용할 수 있는 형광등), 안전소등·자동작동 기능 보유 제품 등 일부 품목을 제외하고는 전체적으로는 낮은 증가율을 보일 것으로 산업관련 전문가들은 전망하고 있다.

미국의 조명기기에 대한 수요를 조명등(lamp)과 조명기구(lighting fixture)로 나눌 수 있는데 조명등의 경우 미국내 수요가 전년대비 1~2% 증가가 예상되며 이는 지금까지 여러해 동안의 추세가 금년에도 지속될 것이라고 Philips Lighting사는 밝히고 있다.

그리고 마케팅 조사업체인 Freedonia Group은 미국의 조명등 수요가 매년 2.2% 증가해 2003년에는 66억개에 달할 것으로 전망하면서 증가요인으로 기존건물에 설치된 조명등의 교환, 상업시설·공장·연구소 등의 개조 등을 들고 있다. 이러한 개조작업은 정부에 의해 주도되고 있는데 에너지 비용 감소를 위해 에너지 효율성이 높은 조명등으로 대체되고 있다.

조명등에 대한 금년 전체수요는 소폭 증가가 예상되나 품목별로는 매우 차이가 있다. 현재 미국의 많은 거주지역 및 운반·운송장비에 사용되고 있

는 백열전등의 경우 미국 전체 조명등 판매수량의 80%를, 그리고 전체 판매액의 50%를 차지하고 있지만 시장 포화상태 및 다른 종류의 조명등과의 경쟁에 의해 실질적으로 감소 추세를 보이고 있다.

반면 형광등 및 고휘도(高光度) 전등에 대한 수요는 높은 폭으로 증가하고 있으며 2003년까지 매년 5.4% 증가할 것으로 전망되고 있다. 이러한 조명등은 뛰어난 조명도, 높은 에너지 효율성 및 긴 사용시간 등으로 주로 산업용 및 야외용으로 사용되고 있다.

특히 형광등의 경우 상업용 및 산업용 수요가 높으며 동시에 주거용에 있어서도 콤팩트 형광등에 대한 수요가 빠르게 늘어날 것으로 전망되고 있다. 관련업계는 금년에 콤팩트 형광등에 대한 수요가 10~11% 증가할 것이라고 밝히면서 소비자들이 제품을 구입할 때 단순히 제품의 가격만을 고려하는 것이 아니고 에너지사용료, 사용기간 등도 같이 고려하고 있기 때문이라고 분석하고 있다.

조명기구의 경우 미국내 수요가 매년 5.7% 증가해 2002년에는 판매액이 173억달러에 달할 것으로 전망되고 있다. 조명기구는 휴대용과 비휴대

용으로 나눌 수 있는데 비휴대용 조명기구가 미국 전체 소비의 80% 이상을 차지하고 있다.

저가품들이 중국, 멕시코, 한국 등으로부터 미국에 수입되어 경쟁이 심화됨에 따라 미국 생산업체들은 안전소등, 자동작동과 같은 부가가치 기능을 가진 고가품 생산쪽으로 방향을 바꾸고 있는 것으로 알려지고 있다.

미국 조명기기 산업은 Philips, General Electric, Osram Sylvania(Siemens) 등 탑3 생산기업에 집중되어 있는데 3개사가 미국 전체 판매액의 85% 이상을 차지하고 있다.

미국 소비자들은 일반적으로 자국 생산업체를

선호하고 있으며 한번 구매한 제품의 브랜드를 계속 구입하는 경향이 높다. 그래서 중소기업들의 경우 주요 3개사와 경쟁하기 어려우며 치열한 경쟁에서 살아남기 위해 틈새시장에 초점을 맞추고 있다. 독일에 본사를 둔 Waldmann Lighting사의 경우 전자제품, 공작기계, 의료기기 및 사무용기기에 사용되는 조명제품 생산에 주력하고 있다.

그리고 미국 조명기기 산업도 생산시설의 해외이주 현상이 심화되고 있는데 많은 기업들이 생산비용 절감을 위해 생산시설을 개도국으로 이전하고 있는 것으로 나타나고 있다.

아일랜드, 전동공구 수요 급신장

아일랜드 전동공구 시장은 크게 일반 가정을 대상으로 하는 DIY(Do it yourself) 시장과 산업용 전동공구 시장으로 구분할 수 있는데 양 시장 모두 5년 연속 계속된 8~10%의 높은 경제성장으로 건설경기가 사상최대 호황을 보임에 따라 전동공구 시장도 급성장하고 있는 것으로 나타났다.

반면 아일랜드에는 전동공구 생산현황 통계 자체를 집계하지 못할 정도로 극히 소수의 생산업체가 있으며 이들도 생산량 대부분을 수출하고 있어 사실상 아일랜드의 전동공구 시장은 수입품이 석권하고 있다고 할 수 있다.

아일랜드 전동공구 수요규모는 정확하게 집계되지 않고 있으나 바이어의 의견에 따르면 연간 2,500만~3천만달러인 것으로 추정되고 있다. 그러나 최근 건설경기 호황으로 수요규모 자체가 급신장하는 추세인데 작년 한해 DIY 시장이 연간

16% 성장했으며 산업용 전동공구 시장도 작년 한해 20% 성장한 것으로 나타났다.

DIY 시장이 급신장세를 보이는 것은 주택가격이 연간 20%씩 상승하고 있어 좋은 집을 구입하기보다는 현재 살고 있는 집을 수리해서 살려는 경향과 함께 건설경기 호황으로 노동자 구하기가 쉽지 않아 직접 수리를 하려는 경향 때문인 것으로 분석되고 있다.

한편 산업용 전동공구 시장 신장은 상업용 건물 신축붐과 함께 해외유입 인구 증가에 따른 주택수요 증가로 주택건설이 활성화 되고 있기 때문인데 '99년 총 신규건축 주택수가 사상 최대인 4만 6,512가구에 달해 '98년 대비 9.8% 증가세를 기록한 것이 이를 입증해 주고 있다.

한편 수요추세를 살펴보면 DIY 분야는 물론 산업용 분야 공히 전기를 공급하는 전선이나 압축공

기 공급선이 없는 무선공구가 단연 인기를 끌고 있는 것이 특징이며 또 하나의 특징으로는 제품 가격이 3년 연속 하락하는 추세인데 이는 수요 증

● 수입 현황(HS : 8508)

(단위 : IEP천, %)

국 별	1997	1998	1999
영 국	5,969	8,092	10,044
일 본	6,311	7,698	7,660
독 일	3,105	3,756	3,318
미 국	931	909	1,715
싱 가 포 르	2,128	2,235	1,653
말 레 이 시 아	871	795	665
중 국	136	277	651
화 란	298	557	610
벨 기 에	10	831	414
대 만	163	336	313
총 계	22,381	27,904	28,701

자료 : Central Statistics Office

※ IEP 1=US\$ 1.2

가로 구매규모가 커져 수입단가가 하락하고 있기 때문이다.

소비특성을 보면 소비자들이 구매를 결정할 때 가장 중요시 하는 것이 가격인데 특히 DIY 부문은 이러한 경향이 더하며 산업용 공구의 경우는 가격에 대해 덜 민감한 편이다. 다음으로는 인지도가 높은 브랜드 제품을 선호한다는 것이다.

DIY 시장은 일반적으로 가정에서 직접 수리하기 위해 공구를 구입하기 때문에 값이 저렴해야 하며 또한 제품 판매시 소비자들에게 일정기간 품질 보증기간을 설정해 하자가 있는 제품에 대해서는 언제든지 교체해주든지 수리해야 하기 때문에

수입가격이 저렴해야 한다.

한 바이어의 의견에 따르면 전동드릴의 판매가격이 IEP 30이지만 원가는 IEP 15에 불과하며 나머지는 제품 교체, 보수 등 품질보증에 들어가는 비용이라고 한다.

그리고 소비자들이 매우 보수적이어서 일반적으로 널리 알려진 브랜드 제품을 선호하고 있어 브랜드 인지도가 낮을 경우 가격이 특별히 저렴해야만 시장침투가 가능하다.

아일랜드의 전동공구 수입현황을 보면 '97년에 IEP 2,238만1천에 달한데 이어 '98년에는 '97년 대비 24.7% 증가한 IEP 2,790만4천을 기록했으나 '99년에는 증가세가 둔화되어 '98년 대비 2.8% 증가한 IEP 2,790만4천에 달했다.

국별로는 영국으로부터 수입이 전체수입의 35%로 가장 많은데 이는 영국산 수입이라기보다 타국산을 영국 수입상을 통해 간접 수입하는 물량 때문이다.

다음으로는 일본, 독일, 미국, 싱가포르로부터 많으며 나머지 국가로부터의 수입은 미미한 편이다.

우리나라로부터의 수입은 일본 전동 절삭기계 등이 수입되고는 있지만 극히 적은 실정이다. 최근에는 가격이 저렴한 중국산 수입이 급증하고 있는 것이 특징이다.

DIY 시장은 Atlantic Homecare와 Woodie's DIY 2개의 대형 체인스토어가 거의 모든 종류의 가정용 전동공구를 판매하며 시장을 장악하고 있다. Atlantic Homecare와 Woodie's DIY는 각각 건축자재를 취급하는 아일랜드의 Heiton Group과 Grafton Group의 자회사이다.

1980년대에 설립된 2개의 체인스토어는 현재 아일랜드 전체 DIY 시장의 3분의 1을 점유하고 있는데 '99년 Woodie's DIY의 전동공구를 포함

한 총 매출액이 6,500만달러에 달했고, Atlantic Homecare의 총 매출도 3천만달러에 달했다.

이밖에 1천여개의 독립 소매점이 있으나 이들은 모든 종류의 전동공구를 취급하지 않고 Black & Decker 드릴과 같은 리딩 브랜드 제품 2~3가지만 취급하고 있다.

※ 바이어 명단

- Amalgamated hardware Ltd
Industrial Estate, Naas, Co Kildare
Tel : +353 45 876 406
Fax : +353 45 866 860
Contact : Mr Ronan Foley
- National Hardware Ltd
Broombridge Road, Dublin Industrial Estate, Dublin 11
Tel : +353 1 830 9122
Fax : +353 1 830 9164
Contact : Ms Monica Bridgette

- Associated hardware Ltd
Elmfield, Ninth Lock Road, Clondalkin, Dublin 22
Tel : +353 1 457 3583
Fax : +353 1 457 3801
Contact : Mr Paddy O'Leary
- Ace Tool Supplies Ltd
Unit 114 Boyne Road, Dublin Industrial Estate, Dublin 11
Tel : +353 1 836 3777
Fax : +353 1 830 8640
Contact : Mr Colm Roche
- Air Impact Ltd
Unit A2 Ballymount Industrial Estate, Walkinstown, Dublin 12
Tel : +353 1 456 7829
Fax : +353 1 456 7820
Contact : Mr Martin Hogan

