



(주)지오메디칼

대표이사 : 박 화 성

소재지 : 광주광역시 북구 월출동 971-25

사업분야 : 콘택트렌즈, 칼라렌즈

전화 : 062-974-5005

팩스 : 062-974-5011

홈페이지 : www.geo21eye.com

지오메디칼, 칼라렌즈로 ‘화룡점정’ 수차례 부도위기 극복 지난해 매출 100억 달성 한류 열풍으로 동남아서 유명브랜드 자리매김

화룡점정(畫龍點睛). 용을 그리고 난 후에 마지막으로 눈동자를 그려 넣었더니 실제 용이 되어 하늘로 날아 올랐다는 고사에서 유래했다. 화룡점정은 무슨일을 하는데 있어 가장 중요한 부분을 완성함을 비유적으로 표현한 말이다.

지오메디칼(대표 박화성)은 ‘패션의 마무리는 눈’이라는 신념으로 칼라 콘택트렌즈를 제조하는 생명공학관련기업이다. 지난 2002년 설립 이후 부도 위기를 경험한 지오메디칼은 지난해 매출 100억원을 달성하면서 광주광역시 100억 CEO포럼에 명함을 내밀었다. 말 그대로 ‘화룡점정’을 찍은 것. 지오메디칼의 성공비결을 알아보기 위해 6월 23일 광주 첨단산단에 위치한 연구동을 찾았다.

◇ 부도위기 ‘믿음과 신뢰’ 로 극복

박 대표는 한강을 건널 때면 가슴이 두근거린다. 지난 2003년 의료기기 제조업 허가를 받고 이듬해 수출유망중소기업으로 지정되면서 탄탄대로를 걷던 지오메디칼은 2005년 염료렌즈 결함으로 대량리콜 사태를 겪으면서 밑바닥으로 추락하고 만다. 소비자들의 항의와 환불 요청에 박 대표는 ‘믿음과 신뢰’라는 경영철학을 고수하며 100% 환불로 소비자 불만을 최소화했다. 당시 직원들은 “이러다 회사가 문 닫을 수 있다. 다른 방법을 찾는 게 어떨겠나?” 하고 입을 모았지만 박 대표의 생각은 단호했다. “기업이 신뢰를 잃으면 모든 것을 잃는다”고 판단했기 때문이다. 이후 회사는 끝없는 추락을 거듭했다. 매출은 뚝 떨어졌고 인건비, 금융이자 등을 감당할 수 없는 상황에 이르자 박 대표는 자포자기 심정으로 한강 다리를 찾았다.



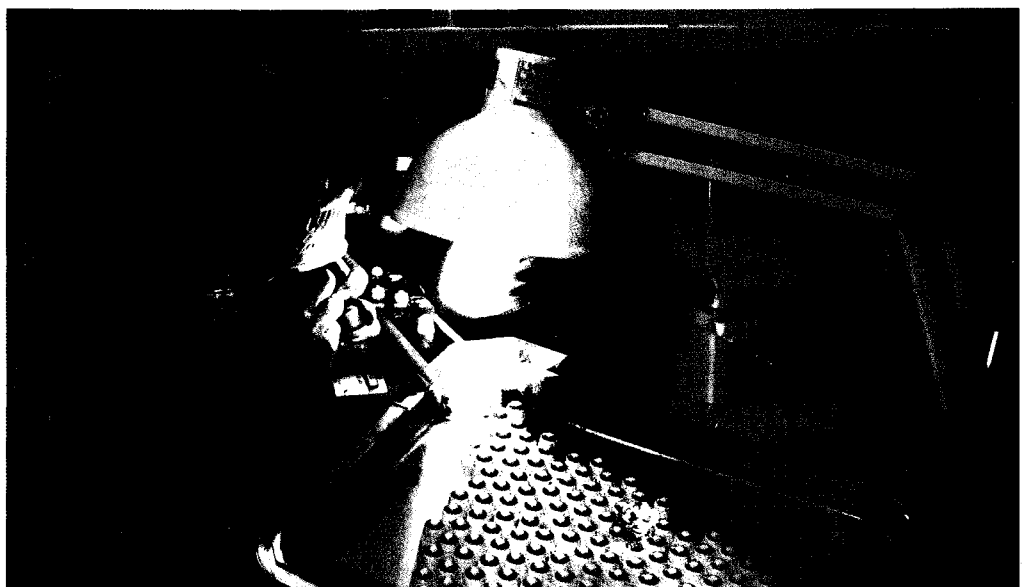
박 대표는 “당시 한강을 바라보다 몹쓸 생각도 했지만 죽는다는 마음으로 살면 반드시 성공할 것이라는 각오를 다지게 됐다”면서 “많은 것을 잃었지만 그래도 얻은 것이 있다면 고객에 대한 믿음과 신뢰였다”고 당시를 회상했다. 대량리콜에 대해 책임지는 자세를 지켜 본 거래처들은 거래물량을 늘리고 파트너사를 연계해 주는 등 지원을 아끼지 않았다.

◇ 생산, 유통, 영업, 판매 ‘한번에’

지오메디칼의 가장 큰 무기는 원재료 성형, 외면절삭, 연마, 제품검사 유통 등 모든 과정을 한 번에 처리할 수 있다는 점이다. 제품의 ‘라이프 사이클’이 유기적으로 연계되다 보니 돌발상황이나 어떠한 변수에도 유연하게 대처할 수 있다.

더욱이 일에 열정이 남다른 박 대표는 마케팅과 연구개발에 몰두하다 사내 기숙사에서 기거하는 경우가 간혹 있을 정도로 연구개발에 집념을 아끼지 않고 있다. 영업경력 30년차인 박 대표의 주력분야는 마케팅이다. 조직도에서도 마케팅 총괄 담당자가 중추적인 역할을 담당하고 있다.

실제 이 회사의 모든 과정은 분업화가 철저했다. 170여명의 직원들이 연구개발 등 각자 맡은 분야에 집중하는 모습이다. 지난 2007년 칼라 콘택트렌즈 전용 가공기의 공정자동화시스템을 개발한 지오메디칼은 다음해 기능성폴리우레탄 하이드로젤 제조방법의 특허를 등록했다. 내친김에 지난해부터 광신소재 기술연구소를 만들어 R&D에도 힘을 쏟고 있다. 이 회사의 또다른 경쟁력은 ‘직원 교육’에 있다. 지난해 독서경영



을 비롯해 CS교육, 마케팅 분야의 교육지원에 4천만원을 지원했다. 실무능력 향상과 복지지원을 위해 한국 산업인력공단이 주관하는 중소기업학습조직화 사업도 참여하고 있다.

6월 17일에는 소설가 김홍신 선생을 초빙해 자기계발에 대한 특강을 진행해 호응을 얻었다.

서광진 실장은 "CS 등 꾸준한 교육을 통해 직원능력을 높이는 것이 회사가 발전하는 길"이라며 "독서 경영을 도입하는 등 장기적인 관점에서 교육투자를 강화할 계획" 이라고 말했다.

◇ 한류열풍으로 해외 매출 쑥쑥

한류열풍이 확산되면서 중국과 동남아에서 지오메디칼의 칼라 콘택트렌즈는 유명브랜드로 자리매김했다. 꾸준한 해외시장 개척과 한류열풍으로 매출 역시 상승곡선을 그리고 있다.

2009년 300만불 수출을 시작으로 지난해 500만 불을 달성하면서 대통령상을 수상했다.

내수보다는 일본과 동남아 등 해외시장을 공략한 것이 주효했다. 한류 열풍으로 한국 연예인들의 인지도가 높아지면서 판매도 늘어나고 있으며 중국과 동남아에서는 이미 유명 브랜드로 자리를 잡았다. 올 하반기 부터는 베트남 등 동남아 시장을 중심으로 삼인삼 매장을 직영 운영할 계획이다.

박 대표는 "글로벌 기업과 경쟁하기 보다는 새로운 틈새시장을 개척해가는 것이 무엇보다 중요하다" 면서 "칼라 콘택트렌즈 분야는 의류와 함께 패션이라는 영역과 융합되고 있다. 우리만의 독특한 문화와 제품의 브랜드를 스토리텔링화에 역량을 집중할 계획" 이라고 말했다.

