

업자

LOCK & LOCK
LOCK

2020년
글로벌 주방생활용품
넘바원 기업
(주)락앤락

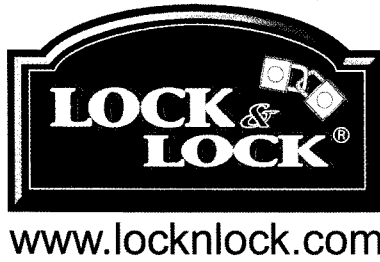
1978년에 설립된 (주)락앤락은 혁신적인 기능을 갖춘 주방생활용품으로 전세계 주부들의 사랑을 받고 있는 기업이다. 진정한 글로벌 기업으로 거듭나기 위해 노력하고 있는 (주)락앤락의 김준일 회장을 찾아가 인터뷰해 보았다.

김준일 회장

*** 혁신적 제품을 통해 글로벌 기업으로 성장**

주방생활 문화를 선도하는 글로벌 기업 (주)락앤락(대표이사 김준일)은 1978년 설립 이후 신개념 4면 결합 밀폐용기 '락앤락' 및 혁신적인 기능을 갖춘 주방생활용품을 통해 전세계 100여 개국에 수출되는 글로벌 기업으로 성장해 왔다. 특히, (주)락앤락은 진정한 글로벌 기업으로 도약하기 위해 세계 6개 지역을 블록으로 지정하여 각 블록이 독립적인 개체가 되어 자립·자족하는 글로벌 블록화 경영체계를 시행할 계획이다.

이는 각 블록 별로 현지에서 생산 및 판매, 마케팅 투자, R&D, 인사관리, 파이낸싱, M&A 등이 이루어지



게 되는 것으로 이를 통해 현지시장에 맞는 제품 개발, 신속한 의사 결정 및 대응, 지금의 유동성 확보뿐만 아니라 운송시간 및 비용도 감축할 수 있다.

이런 경영전략을 바탕으로 현재 111개국에 진출해 있는 것을 130여 개국으로 확대해, 오는 2013년까지 세계 밀폐용기 분야 1위, 2020년까지 주방생활용품 전문기업으로서의 입지를 확실히 다지고자 한다.

*** 다양한 제품개발로 사업영역 확장**

(주)락앤락은 플라스틱 소재 제품 외에 도자기나 유리, 스테인레스 등 보다 다양한 소재의 제품을 출시해 나가고 있으며, 밀폐용기 전문 브랜드에서 토탈 주방생활용품 브랜드로 영역을 확장해 나가고 있다.

소비자 욕구에 발맞춰 매출의 상당 부분을 R&D에 투자, 연간 700여 가지 이상의 신제품을 생산하고 있으며, (주)락앤락은 현재 85개국에서 1,511건의 특허와 상표, 의장을 획득해 기술강국 대한민국국의 위상을 드높이고 있다.





국내에서는 충남 아산시에 생산 공장과 경기도 용인시에 물류센터를 운영하고 있다. 해외 경우 2004년 10월 완공된 중국 위해(Weihai) 1기 공장이 2004년 11월 초부터 가동에 들어가 유럽을 비롯해 미국에 본격적인 수출을 시작했으며, 빠르게 증대되는 수출물량에 대응하기 위해 중국 만산 2기 공장에 이어 2007년 10월에 소주 3기 공장도 설립했다. 베트남 공장도 2009년 5월부터 본격 가동에 들어가 인근 아세안 시장에 전량 수출하고 있다.

(주)락앤락은 이런 국내외 발전 속에서도 “환경과 사랑을 생각하는 기업”이라는 기업 이념을 구현하고자 다양한 환경운동 캠페인과 정기적인 사회봉사 활동, 국내 대표적인 여성 커뮤니티인 ‘락앤락 씨포터즈(www.bethe1.co.kr)’ 지원 등을 전개하고 있다.

*** 해외 속의 락앤락**

(주)락앤락은 ‘2013 글로벌 넘버 원’이라는 목표를 달성하기 위해 중국을 비롯해 베트남, 태국, 인

도 등 이머징 마켓에 직접 진출하여 공격적인 마케팅을 펼치고 있다. 13억의 세계 최대시장인중국 시장 공략을 위해 2004년 상해 영업법인을 설립한 것을 시작으로 북경영업법인, 심천영업법인과 14개 도시에 분공사가 설립되었으며, 중국 시장에서 6년 동안 연평균 102.6% 성장률(04년~10년)을 보였다. 지난 2010년 한 해에는 중국 내수 연결실적으로 약 1,436억원의 매출을 달성해 락앤락 전체 매출액의 1/3 이상을 차지하고 있으며, 산동성의 위해 만산 공장에 이어 2007년 10월 대지 95,000m 규모의 강소성 소주 공장이 건립, 해외 수출 전용 및 내수 기지로 사용되고 있다. 이러한 성장을 더욱 가속화하기위해 한류 스타나 현지 오피니언 리더를 활용해 다양한 홍보 및 광고 활동을 전개해 나가며 중국의 인기 브랜드로 자리매김하였다.

이러한 노력의 결과 2006년 8월에는 중국 시장 진출 2년 만에 ‘제4회 중국시장 소비자 만족 브랜드 조사’ 가정용품-식품 신선도 유지 제품 부문에서 (주)락앤락이 해외 유명 기업들을 제치고 1위를 차지



▲ 중국상해 영업법인

했고, 2006년-2010년 5년 연속 나이키, 필립스와 같은 세계적인 브랜드들과 함께 '상해 인기브랜드'로 선정되는 영예를 얻은 바 있다. 실제 R리서치 결과(900명 설문조사) 북경, 상해, 광주에서 밀폐용기 부문 브랜드 인지도 1위를 차지했으며, 상해의 경우 99%의 브랜드 인지도를 달성했다. 또, 일본의 대표 경제지인 '일본경제신문'에서는 '2011년 중국히트 상품 베스트25'에서 상위 10개 브랜드 중 한국 브랜드로는 유일하게 전체 순위 중 6위에 선정되기도 하였다. 그리고, 2007년 5월에는 중국 체육총국 공식 후원업체로 선정되어, (주)락앤락의 밀폐용기가 세계 우수 브랜드와 함께 중국 국가대표선수촌의 전용 제품으로 지정되기도 하였다.



(주)락앤락은 중국을 단순한 생산 기지로만 보지 않고, 거대 소비 기지로 육성해나가기 위해 중국 전역에 직영 매장을 포함한 고급 백화점이나 대형 할인점 등 다양한 유통 채널을 확보해 나가고 있다. 현재 1,000여 개에 이르는 유통 채널을 향후 50여 개의 직영 매장 및 프랜차이즈를 포함한 3,000여 개로 확대해 나가 13억의 안정적인 거대 소비 시장을 장악할 계획이다. 특히 향후 중국 내 유통망을 넓히기 위해 프랜차이즈 사업에 중점을 둘 계획이다.

베트남에서 하이엔드 마켓 포지셔닝 전략으로 활발하게 진출중인 (주)락앤락은 하노이시, 호치민시 등 4대 소매도시를 중심으로 집중적인 마케팅 활동을 추진 중에 있으며, 현재 하노이시와 호치민시에 영업법인이 활동 중이다. 2009년 5월 베트남 호치민시 인근에 70,000m²에 이르는 생산공장을 완공

한 것을 시작으로, 2011년 말에 완공을 목표로 봉따우 미시언 내열유리 생산공장을 건립 중이다. 또한, (주)락앤락은 2003년 태국에 첫 진출한 이후 매년 100%가 넘는 성장률을 기록하며, 2007년 300만 달러의 매출을 달성하였으며, 태국 주변 국가인 말레이시아, 필리핀, 인도네시아, 인도, 캄보디아 등 신흥성장시장 선점에도 박차를 가하고 있다.

중국과 동남아시아에서의 법인 설립 이외에도 2010년에는 이태리와 독일에 법인을 설립해 본격적인 유럽시장 공략에 힘쓰고 있으며, 앞으로 중동과 중남미 등 이머징 마켓에서의 유통채널 확보를 위해 노력하고 있다.

(주)락앤락은 2009년 기준 국내 밀폐용기 제조 1위 기업으로 국내 플라스틱 밀폐용기 시장점유율 59.7%, 세계 밀폐용기 시장 점유율 7.2%를 유지하고 있으며, 오는 2013년 세계 밀폐용기 시장점유율 17.8%를 목표로 하고 있다.