

## 최고수준의 유통망을 통해 LED시장의 강자로 거듭난 LED조명 제조 · 유통 및 전선 유통기업

# (주)일신

(주)일신은 설립된 지 올해로 만 27년째가 되는 중견기업이다. 기존의 전선 및 전기재료 유통기업에서 3년 전부터는 LED조명업계로 뛰어들어 비츠온이라는 브랜드를 탄생시켰다. 최고 수준의 전국적인 유통망을 토대로 LED조명시장에서도 빠르게 성장하고 있는 (주)일신의 임정택 대표이사와의 인터뷰 내용을 소개한다.



임 정 택 대표이사





### 최선을 다하고 최고를 추구하는 (주)일신

(주)일신은 1988년 창사 이래 고객만족을 위해 끊임없는 연구와 도전으로 전기산업 분야를 선도해왔다. 최고의 품질과 경쟁력 있는 가격, 고객중심의 'ONE-STOP TOTAL'서비스의 실현으로 급변하는 시장 환경에 신속히 대응하고 있다. 물류센터의 신설과 투자로 인하여, 물류합리화를 통한 기업의 물류비절감은 물론 기업경쟁력 공급망 관리를 위하여, 단순 운송형태에서 벗어나 종합물류서비스의 형태로 체질개선을 수행하고 있다. 또한, IS전자단가표(ERP시스템) 도입으로 고객이 저렴하고 쉽고 빠르게 주문할 수 있는 프로세스를 도입하여 고객만족을 향상시키기 위해 노력하고 있다. 고객만족과 더불어 (주)일신은 직원들의 복지를 위해 회사 이전 계획도 수립중이다. 현 위치에서 직원들의 복리후생에 한계를 느껴, 근무환경을 개선하고자 신사옥으로 이전을 계획 중이다. 이러한 노력은 좋은 회사, 오래가는 회사로 남고 싶은 (주)일신의 임정택 대표의 바람을 실현시켜주는데 일조하게 될 것이다.

(주)일신의 사훈은 '최선을 다하고 최고를 추구하자'는 것이다. 이것은 (주)일신이 지금까지 걸어온 발자취로써, 항상 최선을 다해 상대를 배려하며 돈보다는 신뢰를 좇다보면 최고의 자리로 향할 수 있다는 것을 의미하고 있다. 급속히 변화되어 가고 있는 이 시대에 한발 더 앞서가는 기업이 될 수 있도록 최선을 다하여 노력하는 기업 (주)일신. 신뢰받는 기업, 고객에게 다가가는 서비스의 실천으로 앞으로도 끊임없는 변화와 혁신을 통해 고객과 함께 성장하는 (주)일신이 더욱 기대되는 이유다.

### 업계발전의 핵심은 브랜드화

조명시장은 LED라는 조명이 등장하면서부터 우후죽순으로 업체들이 많이 생겨서 업계가 많이 혼탁해졌다고 한다. LED등장 이전 조명업계는 대기업은 대기업대로, 중소기업은 나름대로 성장하면서 질서 있게 상생하고 있었다. 그러나 시장이 점점 LED로 옮겨가면서부터 시장이 무너지기 시작했다.





세상을 비추다 - 비츠온  
**Vitron**

이제는 대기업, 중견기업, 중소기업 모두가 힘든 입장이 되었다. 이는 향후 2, 3년이 지나면서 정리가 될 것이라고 생각한다. 자생력이 있는 업체만이 살아남고, 그렇지 못한 업체들은 살아남기 힘들 것이다. 여기서 자생력이란 브랜드라고 할 수 있다. 조명은 업체수가 전선보다 훨씬 많다. 규모가 작은 영세업체들이 많이 분포하고 있기 때문에 이들이 모두 살아남을 수는 없을 것이다. 이러한 시장상황에서 조명도 이제는 하나의 브랜드화가 필요하게 되었다. 브랜드화가 되지 않으면 영세업은 살아남기가 힘들다. 게다가 앞으로는 제품안전, 품질개선 등의 정화작용이 지속적으로 강화가 될 것으로 예상되어 저가의 영세업들은 더욱 힘들어 질 것이다. 최근 한 조명회사에서 앞으로 어떤 제품을 만들어야 하는지 임 대표에게 하소연 한 적이 있다. LED조명 업계는 불과 2~3년 밖에 되지 않았기 때문에 현재 모든 업체가 출발선 상에 서 있는 것이라 임 대표는 생각한다. 이러한 상황에서 브랜드화는 업체의 생명과도 같다. 브랜드가 만들어지기 위해서는 부단한 노력을 해야 하고, 그에 맞는 품질을 갖춰야 하며, 영업도 꾸준히 동반되어야만 한다. 자기회사 제품을 출시하고 이것이 브랜드라고 하는 것은 혼자만의 생각에 불과하다. 런칭을 한 후 소비자에게 인정받을 때 비로소 진짜 브랜드가 되는 것이다.

### 전선업계의 강자에서 LED조명업계의 다크호스로

(주)일신은 원래 전선 및 전기재료를 주로 취급하고 있었다. 하지만 우리나라 건설 경기가 악화됨에 따라 전선 및 전기재료 업계도 한계에 다다르게 되었다. 아무리 노력을 하더라도 시장을 키우는데는 한계가 존재했다. 파이가 커지지 않자 (주)일신의 임정택 대표는 3년 전 LED조명시장으로 눈을 돌렸다. 전선보다는 조명에 비전이 있다고 판단했기 때문이다. LED조명이 등장한지는 불과 2~3년 정도 밖에 되지 않았지만 수많은 국내 업체들이 LED사업으로 달려들었다. 현재 많은 업체들이 LED조명업계로 진출하고 있는 상황에서 (주)일신의 경쟁력은 유통망이었다. 아무래도 동종업계인 전선, 전기재료 등을 전국적인 유통망을 통해서 사업을 진행 중이었기 때문에 LED조명업계로의 진입이 수월해 다른 업체들보다는 유리한 고지를 점령할 수 있었다.



다른 업체와는 차별적으로 (주)일신은 최고 수준의 전국적인 유통망을 확보하고 있다. 갓 시작한 조명사업이지만 유리한 위치를 점령하고 있기 때문에 더욱 더 급성장이 기대되는 이유이기도 하다. 이에 추가로 대전, 강원도 등 지방 영업소를 확장하여 즉각적으로 물류서비스에 대응할 수 있도록 계획 중으로 한층 더 강화된 유통망을 구축할 수 있을 것으로 예상된다. 전선업계는 오랜 기간이 지나는 동안 질서가 잡혀있고, 업계의 발전이 한계에 다다랐다. 조명시장은 예전에는 질서가 잡혀있었으나 지금은 3~4년 전 LED의 등장으로 인해 시장질서가 무너졌다고 한다. LED 조명시장으로 뛰어든 신생업체의 대거 등장으로 대기업 조차 불안해진 것이 현실이다. LED조명업계는 기술격차가 줄어들어 영세업자들도 누구나 쉽게 제작이 가능하다. 따라서 지금 LED업계는 누가 시장에 진입하는가 보다는 꾸준히 인정을 받는가 하는 것이 더 중요하다. 중소기업도 하나의 브랜드 가치를 창출하여 소비자에게 꾸준히 인정을 받아야 살아남는 시대가 도래한 것이다.

### 성장원동력은 고객중심의 경영

조명제품 역시도 일반 전자제품처럼 완벽하게 제조한다고 하더라도 불량 발생 가능성이 존재한다. (주)일신에서는 조명업계로 진출하면서 자체적으로 전담 A/S팀을 개설했다. 서비스업을 운영하다보니 같은 조건에서 살아남기 위해서는 결국 서비스 싸움이라는 것을 깨달은 (주)일신에서는 본사 및 지사에 전담 A/S팀을 개설함으로써 즉각적인 대처로 고객의 편의를 배려함과 함께 브랜드 이미지를 제고하고 있다. 이는 돈보다는 소비자, 거래처와의 신뢰를 중시하는 (주)일신의 비전과도 일맥상통한다.

### 지속적인 단속 강화 필요

지난 4월, (주)일신의 임정택 대표는 한국제품안전협회에서 개최한 '2015 최고경영자 세미나'에 참여하여 제품안전협회의 가시적인 성장에 대하여 들었다고 한다. 그 결과 예전보다 회원사도 많이 늘고 기관의 위상도 올라감으로써 기업과 소비자가 제품 안전에 대해서 더 많이 접하게 되고, 주의를 기울일 수 있게 되었다고 생각한다. 앞으로도 한국제품안전협회가 성장을 계속해 나간다면 안전과 품질은 개선될 것이고, 기본적인 법과 제도를 따르지 않는다면 시장에 발을 붙이기 힘들게 될 것이다. 아마 그 중심에 한국제품안전협회가 있을 것으로 생각하고 있다.

과거 전선업계에는 불법제품이 많이 존재했지만 현재는 95%이상은 정화가 된 상태라고 생각한다. 현재 조명업계 역시도 불법제품이 많이 존재할 것이다. 하지만 통관단계에서 불법수입제품들이 많이 걸러지고 있고, 단속이 예전보다 많이 강화되어 앞으로 불법제품들이 설 자리는 점점 줄어들 것이다. 일시적으로는 불법제품들이 발을 붙일 수 있을지 모르나 장기적으로는 어려울 것이며, 이제는 좋은 품질, 안전한 제품으로 승부해야 할 시대가 왔다. 조명업계 역시도 전선업체처럼 자정작용을 통해서 곧 정화가 이루어지게 될 것이다.

