



아이돌 팝업 '인기' 유통가 마케팅 효과 '톡톡' 나



Life

젊어진 제과업계 MZ타깃 과자로 생존 전략 나선다 L2



“자체브랜드 품질로 승부... 꾸준한 도전 끝에 희망 있죠”



새벽을 여는 사람들

㈜모리스레포츠
기노성 대표

“국내에선 자체 브랜드를 키워나가는 것이 굉장히 어렵다. 중소기업의 경우 일반 대중을 상대로 브랜드화가 어렵기 때문에 하루하루가 도전이다.”

스포츠용 선글라스, 자전거용 헬멧 등을 설계·제조해 판매하는 회사 ㈜모리스레포츠 기노성 대표의 말이다.

그는 “대기업은 광고와 마케팅을 집중적으로 진행할 수 있어 브랜드화가 쉽게 가능하지만 중소기업은 자체브랜드를 활성화하는 것이 쉽지 않다. 30년 동안 사업을 하면서 일부 소비자와 자전거 마니아가 우리 브랜드를 알지만 일반 소비자는 잘 모른다”고 설명했다.

경기 화성시 봉담읍 왕림리에 위치한 ㈜모리스레포츠. 스포츠용 선글라스는 국내에서 설계와 생산을 하고, 자전거 헬멧은 국내에서 설계해 중국에서 생산하고 있다. 회사는 미국, 일본, 프랑스, 영국 등 전 세계 20여 개국에 수출하는 ‘경쟁력이 있는 기업’으로 알려져 있다.

지난 1993년 ‘모리스광학’이란 상호로 시작된 ㈜모리스레포츠의 주력 상품은 초기에 패션 선글라스였다.

기노성 대표는 “3~5월까지 판매되는 패션 선글라스의 디자인과 여름에 판매되는 디자인의 유행이 급속도로 바뀌다 보니 따라가기가 굉장히 어려웠다”면서 “봄에 만든 것이 판매가 이뤄지지 못하면 재고로 남는다. 내년에도 유행한다는 보장도 없다 보니 재고만 계속 쌓이는 상태였다”고 말했다. 패션 선글라스의 경우 디자인 유행이 너무 짧은 것이 문제라는 것.

제품 기획부터 디자인, 생산까지 자체적으로 진행하고 있는 ㈜모리스레포츠는 국제통화기금(IMF) 외환위기 이후 스포츠용 선글라스와 자전거용 헬멧으로 주력 상품을 바꿨다. 자체적으로 특화 렌즈도 개발했다. 회사는 ‘ISO 9001~2015 품질 경영 인증’을 시작으로 ‘2016 EN ISO 12111:2013 테스트 CE 인증’, ‘FDA 21CFR 801.401 렌즈 충격 테스트 인증’ 등을 받았다.



기노성 ㈜모리스레포츠 대표가 자체브랜드 제품 앞에서 포즈를 취하고 있다.

“30년간 스포츠용품 설계·제조회사 운영 미국 등 20여 개국 수출... 특화 렌즈 개발도 자전거 용품에서 승마용 제품까지 사업 확장
불황·코로나 등 사회 분위기 영향 받는 레저 자체브랜드, 내수만으로 회사 운영 어려워 꾸준한 도전이 답... 사업 준비 청년 응원해

기노 대표는 “스포츠용 선글라스를 만들다 보니 자전거 관련 매장과 안경 전문점의 흡인력을 운영하고 있다”면서 “관련 아이템을 추가하다 보니 자전거 액세서리도 판매하고 있다”고 했다.

그는 “서울, 경기 지역은 영업사원이 직거래하는 맨투맨 영업 형태이고, 충청, 대구, 경북, 부산, 경남 등 지방의 경우 총판을 통해 영업하고 있다”고 했다.

이어 “내수만 가지고 회사를 운영하기 쉽지 않다. 10년 전부터 수출을 진행하고 있다. 현재 수출이 전체 매출의 30% 정도”라면서 “저가 제품은 우리가 취급할 수 있는 아이템이 아니라서 중고가 수요가 있는 유럽 지역의 수출에 신경을 쓰고 있다”고 덧붙였다.

기노 대표는 “자전거 헬멧을 주력 상품으로 하면서 승마용 헬멧으로 확장해 나가고 있다. 헬멧 자체도 디자인을 다양하게 해야겠지만, 용도에 맞게 디자인을 변형하고 있다”면서 “국내에는 자전거 헬멧 생산 기반이 없다. 제조 기반이 없다 보니 가격경쟁력에서 밀리는 경향이 있다. 다른 헬멧 공장들도 인건비 때문에 해외 공장을 만들고 거기서 생산하고 수출하는 추세다”라고 설명했다.

그는 “스포츠 레저 활동이라는 것이 사회 분위기에 영향을 많이 받는다. 메르스, 사스, 코로나 등 큰 이슈가 발생할 때마다 레저 사업은 주저앉는다”면서 “코로나 기간이 길어지면서 매출이 많이 줄었고, 아직 헤어나지 못하고 있다”고 말했다.



스포츠용 선글라스 테 모습.



박람회 참가한 모리스레포츠 부스.

기노 대표는 “소매점에서 거래가 이뤄져야 물건 납품이 일어난다. 하지만 소매점에서 판매가 안 되면서 추가 매입이 일어나지 않고 있다”면서 “현재 소매점에선 남은 재고들만 판매하고 있다. 소매업체에 제품이 안 들어가고 있는 단계”라고 강조했다.

그러면서 “소비자들도 소비를 안 하는 단계다. 제조업체에서 물건을 만들어도 판매할 수 있는 루트가 막혀있다고 봐야 한다. 우리도 내수용 생산은 쉽지 않다. 주로 수출 주문을 받은 것으로 버티어나가고 있다”고 덧붙였다.

기노 대표는 “생산만 해서 유통업체 넘겨서 주는 업체들은 거의 다 문을 닫았다. 우리는 자체 브랜드로 영업망이 구축돼 있어서 버틸 수 있었다고 생각한다”면서 “제조 원가가 높아져 중국, 대만과 경쟁 시 가격 경쟁에서 이기기 어려워지고 있다. 품질 경쟁을 해야 하는데 중국, 대만이 옛날과 다르게 품질이 개선돼 차이가 좁혀지고 있다”고 말했다.

마지막으로 기노 대표는 사업을 준비하는 젊은이에게 일단 도전해 보라고 강조했다.

그는 “일단 도전을 하면 희망이 있다. 희망을 품고 사업을 추진해 나가면 도전해 볼 여지가 있지 않을까 생각한다”면서 “3개월 버티면 1년 버티고, 3년 버티면 10년 버틴다”라는 이야기가 있다. 내가 사업을 시작하고 외환위기 이후 다시 올라갔듯이 참고 견디다 보면 나아질 것”이라고 강조했다.

이어 “골목은 어디에나 있다. 눈앞에 힘든 것만 생각하면 사업을 하기 힘들다. 단기적으로 좋다고 좋아하지 말고 안 좋다고 낙담하지 말고 장기간 꾸준히 하면 된다”고 덧붙였다.



㈜모리스레포츠는 제품 기획부터 디자인, 생산까지 자체적으로 진행하고 있다. 사진은 제품 제작 모습.



/㈜모리스레포츠

/김대환 기자 kdh@metroseoul.co.kr

바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲이루지 못한 EPL 데뷔...승격으로 자격 증명해야 할 황의조
▲해트트릭에도 겸손한 손흥민 “동료 패스가 좋았다” /사진 뉴시스

▲김민재, 데이타쿠라에 판정승...민헨, 리그 개막 3연승
▲페디·고영표 와르르...평균자책점 경쟁 ‘재점화’



▲김하성, 6경기 연속 안타 실패...타율 0.274
▲배지환, 4경기 만에 멀티히트...1타점 1득점 /사진 뉴시스