

산업공구 유통·제조사 크레텍책임 '2세 경영 시대'

# 젊은 두 아들에 '큰 임무'...창업 40여 년 만에 젊어졌다

대구 중구 북성로 공구골목 입구의 '크레텍책임'. 작은 공구상에서 출발해 창업 40여 년 만에 연매출 3천600억원(2014년 기준)에 달하는 국내 산업공구업계 대표 기업으로 성장했다. 크레텍은 22일 서구 이현공단에서 공구업계 최대 규모인 서대구 물류센터 준공식과 함께 창업주 최영수(68) 회장의 아들들인 최성문(41·크레텍책임·성용(39·크레텍웰빙) 사장의 취임식을 열고 본격적인 '2세 경영 시대' 개막을 알린다.

### ◆서대구센터 준공

크레텍은 '공구업은 크게 성장하기 어렵다'는 편견을 깨고, 전체 직원 533명의 중견기업으로 우뚝 섰다. 현재 크레텍이 유통·생산하는 산업공구 품목은 12만여 종이다. 국내·외 1천여 개 공구 브랜드를 취급하고 있으며, 전국 6천여 곳에 이르는 공구 도·소매 고객사를 두고 있다. 크레텍의 성공 비결은 표준화·전산화다. 방대한 품목 수 때문에 정리되지 못했던 산업공구를 분류·집대성한 2천600쪽의 카탈로그(격년 제작)가 대표적이다. 크레텍의 온라인 사이트에서는 카

탈로그에 수록된 12만여 종의 산업공구를 클릭 몇 번으로 골라 주문할 수 있다.

1996년 공구산업용품 유통분야 최초로 ISO 9001(품질경영 국제인증)을 획득했고, 2006년 기존의 수작업 주문 방식을 전자 주문 시스템으로 바꿨다. 최성문 사장은 "전산화가 없었다면 겨우 1만 개 정도 품목밖에 다루지 못했을 것"이라고 했다.

크레텍은 몸집이 커지자 1987년 자회사 크레텍웰빙을 설립했다. 현재 크레텍책임은 작업·절삭·측정·전동 등 기계공구, 크레텍웰빙은 용접 및 산업안전용품을 맡아 영역을 전문화했다.

22일 서대구 물류센터 준공 대형 컨테이너 출입도 가능 배송망 서비스 획기적 개선

12만 종 공구 카탈로그 제작 온라인서 클릭 몇 번에 주문

최성용 사장은 "사업 초기에는 용접용품이 대다수였지만, 현재는 비용절 분야의 안전보호구용품이 더 많아졌다"고 했다.

크레텍 서대구센터 준공은 또 하나의 사건으로 평가된다. 134억원을 들인 지상 5층 규모의 서대구센터(총면적 1만6천364㎡)는 주로 대형 공구의 유통을 맡는다. 대형 컨테이너 출입이 가능해 전국 배송망 서비스를 획기적으로 개선했다.

### ◆최성문·성용 사장 공식 취임

창업주인 최 회장은 자수성가



국내 굴지의 산업공구 유통·제조사인 크레텍책임이 서대구센터 준공을 맞아 제2의 도약을 예고하고 있다. 최영수(가운데) 회장과 두 아들인 최성문(왼쪽) 크레텍 책임 사장, 최성용 크레텍웰빙 사장.

한 사업가다. 공구상은 대를 잇기 어렵다는 편견도 보기 좋게 깬다. 두 아들의 입사 시기는 2006년과 2009년이지만 경영자 수업은 더 어린 시절로 올라간다.

10대인 두 아들을 방학 때 대구에서 서울까지 걸어보게 하거나, 새벽에 신문·우유 배달을 시키는 등 사서 고생을 시켰다. '힘든 일을 경험해보야 역경을 이겨

낼 수 있다'는 생각에서였다. 최 회장은 경영 일선에 나선 두 아들에게 "남을 이롭게 하면 자신에게도 이롭다(自利利他)는 사실을 명심해야 한다"고 강조

했다. 최성문·성용 사장은 "사람이 중심이 되는 회사, 인재들이 다니고 싶은 직장으로 만들겠다"고 각오를 다졌다. 최병고 기자 cbg@msnet.co.kr

## 구정모 大百 회장 일본 출장 간 까닭은?

# 대백만의 멋과 맛 찾았어요

역세권 업체 등 15곳 둘러 식품·아동 매장 벤치마킹



구정모 회장이 교토 이세탄백화점 식품 매장을 둘러보고 있다. 대구백화점 제공

구정모 대구백화점 회장이 외국 출장으로 눈코 뜰 새 없는 시간을 보내고 있다. 지난 해에만 세 차례 일본과 유럽에 다녀온 데 이어 최근 5박 6일 일정으로 다시 일본을 찾았다.

백화점계의 거대 공룡들이 한둘씩 대구에 진출하고 공격적인 마케팅으로 대구백화점을 위협하자 '대백만의 멋과 맛'을 찾아 변신을 이끌어내겠다며 발 벗고 나선 것이다.

얼마 전 5박 6일 일정으로 일본 출장을 가서는 도쿄, 오사카 등지를 중심으로 15곳의 대형 유통업체를

살살이 둘러봤다. 역세권 백화점의 식품관과 유아·아동 매장을 특히 눈여겨봤다. 지금껏 접하지 못했던 이색적인 상품과 매장을 대구경북 고객들에게 선보일 수 있다는 판단에서다.

구 회장은 지난해부터 현재에 있는 시간을 부쩍 늘렸다. 지난해 2월과 4월 일본과 유럽의 백화점들을 둘러본 데 이어

지난해 9월 말엔 유럽 출장을 갔다. 단독으로 운영할 수입 브랜드를 찾기 위해서다.

이런 노력을 바탕으로 대구백화점은 화려한 변신을 준비 중이다. 먼저 눈이 시워해진다. 매장 면적을 확 넓혀 1차 식품과 델리&기프트 매장을 구분한다.

직원들의 복장도 바꾸고 고객들이 쓰는 용기에도 변화를 줄 예정이다. 대구백화점에서만 맛볼 수 있는 'only 味' 상품들도 대거 선보일 계획이다.

구정모 회장은 "도시철도 3호선 개통을 계기로 고객들과 더욱 가까워졌다. 어느 곳에서도 볼 수 없는 차별화된 매장으로 대구경북민에게 쇼핑의 즐거움을 드리겠다"고 했다.

최창희 기자 cchee@msnet.co.kr

## 경산 글로벌 코스메틱 비즈니스밸리 구축

# '제2의 아모레' 부폰 22개社

310억 들여 제조·유통 특화 국내외 30개 업체 이전 약속

경상북도가 국책사업인 '경산 글로벌 코스메틱 비즈니스밸리' 조성 계획을 세우는 과정에서 경북도 내 화장품 산업을 조사한 결과 경산에만 22개의 화장품 제조업체들이 있는 것으로 파악됐다.

이뿐만 아니라 영천과 대구 수성구 등의 적잖은 화장품 업체들이 비록 소규모지만 제품을 생산하고 있다. 예상외로 경북의 화장품 산업 기반이 탄탄한 것이다.

경북 남부권에 화장품 벨트가 눈에 띄는 정도로 만들어진 것은 대구권의 탄탄한 수요에다 수십 년 전

부터 한방산업이 튼튼한 뿌리를 형성해온 때문이다.

경북도에 따르면 도내 일부 업체는 중국에 진출해 한류를 만들어내고 있고, 서울에서 일본 관광객들을 상대로 판매 실적을 올리고 있는 중이다.

경북도는 이런 산업적 기반을 중앙정부에 잘 설명했고 '글로벌 코스메틱 비즈니스센터'를 국책 사업으로 유치하는 데 성공했다. 총사업비 310억원을 들여 올해 착공사업이 개시되는 글로벌 코스메틱 비즈니스센터는 연면적 6천284㎡ 규모로 글로벌 수준의 고성능 화장품 제품 개발 등을 하게 된다.

이 비즈니스센터를 중심으로 화장품 단지가 만들어지면 국내외 우수 화장품기업 50여 개가 집적, 우리나라를 대표하

는 화장품 산업 특화단지가 될 전망이다.

경북도에 따르면 이미 국내외 30개 기업이 이전을 약속했고, 2018년까지 완전 이전을 목표로 경북도와 협의 중이다. 미국과 일본, 중국의 3개 글로벌 기업이 포함될 예정이며, 이들 기업의 매출액은 5천억원에서 1조원대라고 도는 밝혔다. 나머지 이전 의향을 밝힌 국내 기업은 경산 13개, 대구 7개, 서울 3개, 영천 2개, 청도 1개, 충남 1개 등이다.

경북도 오도창 신성장산업과장은 "경북 남부권에서 이미 기반을 갖춘 화장품 업체들과 연계해 국내 최대 규모의 화장품 특화단지를 만들어보겠다"고 말했다.

정옥진 기자 penchok@msnet.co.kr

5월 20일 (수) 그랜드 오픈

**Juliana Tokyo**  
MEMORIES CLUB

32세 이상 중년을 위한

전국 최초 메모리클럽 **줄리아나 도쿄**

버라이어티 SHOW . MUSIC .MAGIC  
프로그램 GAG . SONG . DANCE

그 시절, 그 추억, 그 명성을  
이어가겠습니다.

대형단체룸완비 각종 파티 및 행사문의 주차시설 100대가능

예약문의 및 대표전화: 053.475.5959 [www.facebook.com/julianadaegu](http://www.facebook.com/julianadaegu)

대구시 남구 봉덕동 688-1 지하1층 더팔레스호텔 <구 가든호텔>

구정모 大百 회장 일본 출장 간 까닭은?

대백만의 멋과 맛 찾았어요

역세권 업체 등 15곳 둘러 식품·아동 매장 벤치마킹

구정모 대구백화점 회장이 외국 출장으로 눈코 뜰 새 없는 시간을 보내고 있다. 지난 해에만 세 차례 일본과 유럽에 다녀온 데 이어 최근 5박 6일 일정으로 다시 일본을 찾았다.

백화점계의 거대 공룡들이 한둘씩 대구에 진출하고 공격적인 마케팅으로 대구백화점을 위협하자 '대백만의 멋과 맛'을 찾아 변신을 이끌어내겠다며 발 벗고 나선 것이다.

얼마 전 5박 6일 일정으로 일본 출장을 가서는 도쿄, 오사카 등지를 중심으로 15곳의 대형 유통업체를 살살이 둘러봤다. 역세권 백화점의 식품관과 유아·아동 매장을 특히 눈여겨봤다. 지금껏 접하지 못했던 이색적인 상품과 매장을 대구경북 고객들에게 선보일 수 있다는 판단에서다.

구 회장은 지난해부터 현재에 있는 시간을 부쩍 늘렸다. 지난해 2월과 4월 일본과 유럽의 백화점들을 둘러본 데 이어

지난해 9월 말엔 유럽 출장을 갔다. 단독으로 운영할 수입 브랜드를 찾기 위해서다.

이런 노력을 바탕으로 대구백화점은 화려한 변신을 준비 중이다. 먼저 눈이 시워해진다. 매장 면적을 확 넓혀 1차 식품과 델리&기프트 매장을 구분한다.

직원들의 복장도 바꾸고 고객들이 쓰는 용기에도 변화를 줄 예정이다. 대구백화점에서만 맛볼 수 있는 'only 味' 상품들도 대거 선보일 계획이다.

구정모 회장은 "도시철도 3호선 개통을 계기로 고객들과 더욱 가까워졌다. 어느 곳에서도 볼 수 없는 차별화된 매장으로 대구경북민에게 쇼핑의 즐거움을 드리겠다"고 했다.

최창희 기자 cchee@msnet.co.kr

경산 글로벌 코스메틱 비즈니스밸리 구축

'제2의 아모레' 부폰 22개社

310억 들여 제조·유통 특화 국내외 30개 업체 이전 약속

경상북도가 국책사업인 '경산 글로벌 코스메틱 비즈니스밸리' 조성 계획을 세우는 과정에서 경북도 내 화장품 산업을 조사한 결과 경산에만 22개의 화장품 제조업체들이 있는 것으로 파악됐다.

이뿐만 아니라 영천과 대구 수성구 등의 적잖은 화장품 업체들이 비록 소규모지만 제품을 생산하고 있다. 예상외로 경북의 화장품 산업 기반이 탄탄한 것이다.

경북 남부권에 화장품 벨트가 눈에 띄는 정도로 만들어진 것은 대구권의 탄탄한 수요에다 수십 년 전부터 한방산업이 튼튼한 뿌리를 형성해온 때문이다.

경북도에 따르면 도내 일부 업체는 중국에 진출해 한류를 만들어내고 있고, 서울에서 일본 관광객들을 상대로 판매 실적을 올리고 있는 중이다.

경북도는 이런 산업적 기반을 중앙정부에 잘 설명했고 '글로벌 코스메틱 비즈니스센터'를 국책 사업으로 유치하는 데 성공했다. 총사업비 310억원을 들여 올해 착공사업이 개시되는 글로벌 코스메틱 비즈니스센터는 연면적 6천284㎡ 규모로 글로벌 수준의 고성능 화장품 제품 개발 등을 하게 된다.

이 비즈니스센터를 중심으로 화장품 단지가 만들어지면 국내외 우수 화장품기업 50여 개가 집적, 우리나라를 대표하는 화장품 산업 특화단지가 될 전망이다.

경북도에 따르면 이미 국내외 30개 기업이 이전을 약속했고, 2018년까지 완전 이전을 목표로 경북도와 협의 중이다. 미국과 일본, 중국의 3개 글로벌 기업이 포함될 예정이며, 이들 기업의 매출액은 5천억원에서 1조원대라고 도는 밝혔다. 나머지 이전 의향을 밝힌 국내 기업은 경산 13개, 대구 7개, 서울 3개, 영천 2개, 청도 1개, 충남 1개 등이다.

경북도 오도창 신성장산업과장은 "경북 남부권에서 이미 기반을 갖춘 화장품 업체들과 연계해 국내 최대 규모의 화장품 특화단지를 만들어보겠다"고 말했다.

정옥진 기자 penchok@msnet.co.kr