

전략경영 기업탐방 보고서

(주) LOCK & LOCK



경영학부 200720656 오혁진

Overview

I. 서론

1. (주)Lock&Lock 회사소개
2. (주)Lock&Lock 현재 처한 문제와 상황

II. 본론

1. (주)Lock&Lock FFMs 적용
2. (주)Lock&Lock 산업의 경제 상황
3. (주)Lock&Lock Value Chain Model
4. (주)Lock&Lock SWOT 분석

III. 결론

1. (주)Lock&Lock 전략방안
 1. (주)Lock&Lock 문제 해결을 위한 대안



(주)Lock&Lock 소개



주요사업내용

플라스틱 주방용품, 밀폐용기 'LOCK&LOCK'
브랜드의 신제품 개발 및 제조, 판매

독자적인 브랜드 구축으로 현재 밀폐용기 시장에서의
Market Leader 위치고수 나아가 글로벌 기업으로 성장

(주)Lock&Lock 소개

1998~2005

브랜드 통합, 그리고
본격적인 성장기를 맞이하다

주방생활 문화를 선도하는 글로벌 기업
(주)락앤락은 1978년 설립 이후 신기술 4년
전략 실행 중기 '락앤락'을 통해
전세계 100여 개국에 수출되는 글로벌
기업으로 성장해 왔습니다.



2005.12	(주)비엔비(생산)설립, 하니코비(주)(해외판매), (주)락앤락(국내판매)로 기업분할
2004.10	인천공장, 아산공장으로 통합 중국 산동성 위헤시 대지 72,638m ² / 건축면적 35,116m ² 규모 현지 제1공장 완공
2004.06	충남 아산 27,000m ² , 건평 11,000m ² 규모 공장 완공
2004.04	중국 상해 영업법인 오픈
2003.11	일본 세키스이 화학공업 그룹 산하 <세키스이 라이프-테크>(SEKISUI LIFE-TEC CO., LTD) 일본 독립 판매에 관한 특약체결 조인식
2003.06	(주)하니마르메시 (주)락앤락(국내판매)으로 상호 변경
2002.12	온라인 커뮤니티 '락앤락 세포터즈' 오픈
2002.07	하니코비(주) 변체기업 인증 (인천지방 중소기업청)
2002.03	락앤락 인터넷 쇼핑몰 공식 오픈
2002.01	용인물류단지 완공
2001.07	경기도 용인 물류단지 착공
1999.11	충남 아산 생산공장 준공
1998.10	'LOCK&LOCK' 제품 출시

2006~Present

글로벌 기업으로 도약하는 락앤락
주방생활 문화를 선도하는 글로벌 기업
(주)락앤락은 1978년 설립 이후 신기술 4년
전략 실행 중기 '락앤락'을 통해
전세계 100여 개국에 수출되는 글로벌
기업으로 성장해 왔습니다.



2011.07	일본 영업법인 설립
2011.03	SAP ERP시스템 구축
2010.01	중국 영업법인 설립
2010.11	멕시코 영업법인 설립
2010.08	일본 영업법인 설립
2010.09	미국 영업법인 설립
2010.09	베트남 호찌민 영업법인 설립
2010.03	베트남 호찌민 영업법인 설립
2010.01	유기농경시장 선정
2009.12	인도네시아 프놈펜 영업법인 설립
2009.10	중국 톈진 영업법인 설립
2009.08	미국 텍사스 영업법인 설립
2009.07	인도네시아 영업법인 설립
2009.02	베트남 하노이 영업법인 설립
2009.04	베트남 판나이 생산공장 완공
2008.11	중국 합지회사 '스리라이 락앤락' 설립, 판매지역에 관한 MOU 체결 수출액 100개국 돌파
2008.08	인도 콜카타 영업법인 설립
2008.04	베트남 호찌민 시 최초 직영매장 설립
2008.01	국내 1호 직영매장 사원회 오픈
2007.12	베트남 호찌민 영업법인 설립
2007.10	중국 강소성 소주 대지면적 96,513.10m ² / 건축면적 22,490m ² 현지 제2공장 완공
2007.09	중국 심천 영업법인 설립
2007.08	하니코비 주식회사와 (주)락앤락 합병
2006.12	(주)락앤락(내수판매)과 (주)비엔비(생산) 합병
2006.11	중국 산동성 만강 대지 면적 73,333m ² / 건축면적 13,956.71m ² 현지 제3공장 착공
2006.09	(주)연안국제 토지가 용기 개발 판매에 관한 MOU 체결
2006.08	캐나다 밴쿠버 사무소 설립
2006.06	중국 허베이 영업법인 설립

(주)Lock&Lock 소개

락앤락 115390 코스피 2011.09.16 기준(정 마감) 새로고침 ON

33,650	전일 32,500	고가 34,050 (상한가 37,350)	거래량 264,773
전일대비 ▲1,150 +3.54%	시가 33,400	저가 32,700 (하한가 27,650)	거래대금 8,843 백만

종합정보 시세 차트 투자자별 매매동향 뉴스·공시 기업분석 종목토론실 전자공시

주요 시세		호가	
현재가	33,650	매도호가	33,700
전일대비	▲ 1,150	매수호가	33,650
등락율(%)	+3.54%	전일가	33,000
거래량	264,773	시가	33,400
거래대금(백만)	8,843	고가	34,050
액면가		저가	32,700
상한가	37,350	전일상한	39,550
하한가	27,650	전일하한	29,250
PER	24.40	EPS	1,379
52주 최고	51,100	52주 최저	28,150
시가총액	16,825억원	상장주식수	50,000,000
외국인현재	6,208천주	자본금	25,000백만
		잔량합계	21,050

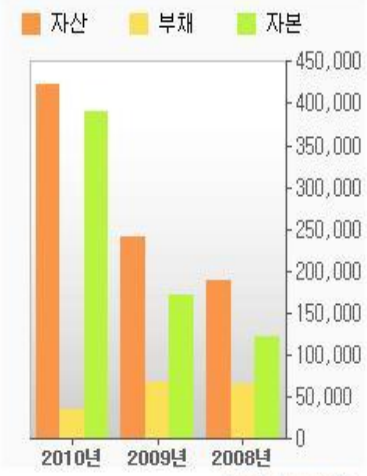
대차대조표

항목	2010.12 (671)	2009.12 (571)	2008.12 (471)
유동자산	179,085	68,136	72,069
비유동자산	244,574	172,441	115,690
자산총계	423,659	240,577	187,758
유동부채	29,156	59,983	59,350
비유동부채	5,281	8,509	6,560
부채총계	34,437	68,492	65,910
자본금	25,000	20,000	15,609
자본잉여금	183,743	33,690	38,081
이익잉여금	163,351	101,694	43,046
자본조정			
자본총계	389,223	172,085	121,849

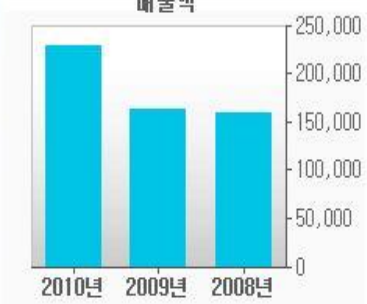
손익계산서

항목	2010.12 (671)	2009.12 (571)	2008.12 (471)
매출액	228,262	163,128	158,681
매출총이익	89,390	57,869	54,338
영업이익	25,534	18,017	20,634
영업외이익	57,521	49,217	21,620
영업외비용	7,775	13,000	18,419
법인세차감전 이익	75,280	54,233	23,835
법인세비용	7,223	6,556	3,972
당기순이익	68,057	47,677	19,863

(단위:백만원)



(단위:백만원)



(주)Lock&Lock 의 현재 문제점

1. 플라스틱 용기의 한계점 지적 (환경호르몬 문제)
2. 유리용기 '락앤락글라스' 제품의 새로운 포지셔닝
3. 전체 밀폐용기 시장에서선 마켓리더

그러나 유기용기 시장에서의 강력한
경쟁사 '글라스락' 과의 경쟁 불가피

유리용기 락앤락글라스



Five Force Model 적용

밀폐용기 세계 시장의 마켓리더
세계 시장 점유율 42% 로 1위
글로벌화에 발맞춰 시장 확대

진입경쟁자
Tupperware

최근 타파웨어와 글라스락이
국내 주부들 사이에서 최고의
인기를 누리면서 상대적으로
값싼 브랜드 이미지가 형성

충남 아산 자사의
생산 공장에서 공급

(주)Lock&Lock
vs
(주)KOMAX

주부층의 안정적인
지지 및 수요확보

현재는 중국을 시작으로 베트남,
인도, 캄보디아 등 개발도상국에
생산공장을 설립하여 성공적인
해외진출에 이바지 하고 있다.

대체경쟁자
(주)글라스락

유리밀폐용기의 선두주자
국내점유율 78%
생산설비 확대로 인한 매출증가기대

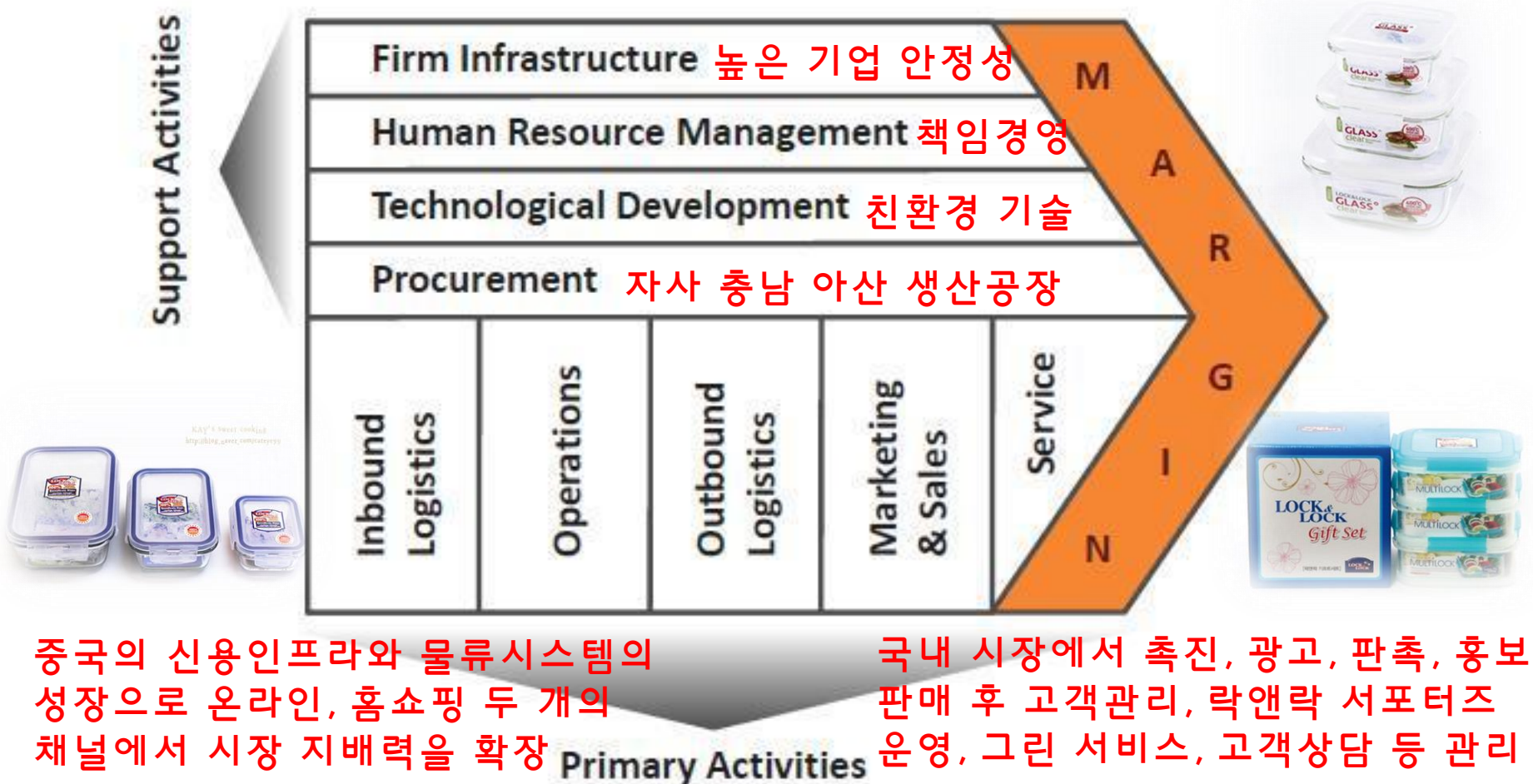
밀폐용기 산업의 경제상황

1. 최근 친환경 제품 선호 및 웰빙 열풍과 함께 기존의 플라스틱 외 유리, 도자기로 된 제품들이 확대되는 추세
2. 유리 및 도자기 재질의 제품 선호도가 높아지면서, 국내 뿐만 아니라 중국 시장 또한 유리재질 수요가 증가 추세
3. 실용적 측면만 아니라 하나의 생활용품으로서 디자인이 중요해지면서 확대되는 성장 가능성



http://blog.naver.com/cateye99

Value Chain Model 적용



(주)Lock&Lock SWOT 분석

<p>< Strength ></p> <p>우수한 품질 <밀폐성, 내구성></p>	<p>< Weakness ></p> <p>제품의 긴 상품교체주기</p>
<p>< Opportunity ></p> <p>중국 및 아시아의 냉장고 보급 증가</p>	<p>< Threat ></p> <p>주 소비자가 30~40대에 국한</p>

전략방안 및 대안

구분	강점 (Strength)	약점 (Weakness)
기회 (Opportunity)	<p>SO 전략</p> <ul style="list-style-type: none"> • 품질을 기반한 글로벌화 • 락앤락글라스의 연구 개발 	<p>WO 전략</p> <ul style="list-style-type: none"> • 제품교체주기에 발맞추어 더 넓은 세계 시장력 확보
위협 (Threat)	<p>ST 전략</p> <ul style="list-style-type: none"> • 디자인의 차별화로 젊은 고객층 확보 및 수요증가 	<p>WT 전략</p> <ul style="list-style-type: none"> • 비 주력 사업 락앤락글라스의 새로운 포지셔닝의 접근

Thank You!

