


BRAND

# 일광전구



빛을 만드는 회사, 삶의 온기를 전하다.

## 10가지 키워드로 말하는 일광전구

### 01 1962년

현 김홍도 사장의 부친인 김만규 회장은 1962년 일광전구 공업사를 설립했다.

### 02 대구

일광전구는 대구시 서구 내당동에서 시작했다. 두 번째, 세 번째 공장도 대구에 자리를 잡았다. 그리고 현재의 공장 소재지 또한 대구. 어느새 대구는 일광전구에게 빠질 수 없는 수직어가 됐다.

### 03 55년

올해는 일광전구가 전구를 만들어온 지 55년이 되는 해다. 55년간 전통 방식을 고수하며 전구의 본질을 지켜나가는 장인의 손길이 쌓인 시간이기도 하다.

### 04 자연의 빛

원시시대 인간은 모닥불 앞에 앉아 문명을 발전시켰고, 후에 촛불과 백열전구가 그 역할을 이었다. 필라멘트를 태우는 전구의 불빛이 모닥불과 촛불의 확장인 셈이다. 백열전구는 가장 원시적이며 인류와 가장 가까운 자연의 빛이다.

### 05 백열전구

백열전구가 우리나라에서 처음 불을 밝힌 건 1887년 경복궁에서였다. 오랜 시간의 역사만큼이나 우리에게 친숙한 백열전구. 일광전구는 이러한 역사를 이어나가기 위해 끊임없이 백열전구를 생산할 예정이다.

### 06 1,600만 개

일광전구가 최대 호황기를 누린 1980년대, 1년 동안 생산한 전구 수는 평균 1,600만 개였다. 지금은 여러 조명이 등장해 수요가 줄어들었지만, 저렴한 가격으로 손쉽게 구할 수 있던 일광전구는 그 당시 많은 사람의 일상을 밝혔다.

### 07 GOOD DESIGN AWARD

일광전구는 시대가 필요로 하는 빛을 선보이기 위해 디자인에 집중하기 시작했다. 그 결과, 브랜드 리뉴얼 과정을 거쳐 탄생한 '일광전구 클래식 라인'이 일본의 권위 있는 상, <2014 GOOD DESIGN AWARD>를 받았고 도쿄 미드타운에 전시되었다.

### 08 We make light

일광전구의 슬로건이자 경영 철학이다. 일광전구 직원들은 '빛으로써 세상에 공헌하겠다'라는 직업의식을 가지고 있다. 빛을 만드는 사람으로서 삶에 온기를 주는 빛을 개발하고 공급한다는 사실을 핵심 가치로 여기며 일한다.

### 09 파티라이트

전구를 사용하는 아름다운 문화를 만들기 위해 일광전구에서 내놓은 파티라이트. 일광전구가 뿜어내는 따뜻한 빛은 파티 공간을 더욱 환상적으로 꾸며준다.

### 10 270개

현재 일광전구가 생산·유통하는 전구의 종류는 총 270개다. 클래식 라인의 전구부터 색을 입힌 수공예 전구, 야외 파티용 전구 등 다양하다. 270이라는 숫자는 일광전구가 계속해서 새로운 디자인을 선보이고 있다는 사실을 증명해준다.

## 빛을 만든다

우리나라에서 유일하게 백열전구를 만드는 일광전구. LED 전구가 대세가 된 큰 흐름 속에서 찾은 그들의 빛나는 존재 이유.  
에디터 김재진 | 포토그래퍼 신다혜

대표님 안녕하세요. 일광전구에 대해 소개 부탁드립니다.

안녕하세요. 일광전구 대표 김홍도입니다. 일광전구는 대구 서문 시장에서 전업사를 하시던 부모님이 1962년 창립하여 조명용 백열전구를 만들어 온 회사입니다. 저는 1998년부터 아버님의 뒤를 이어 대표 이사를 맡고 있어요. 몇 년 전부터 정부가 백열전구 대신 LED 산업을 권장하면서, 우리나라에서 유일하게 백열전구를 생산하는 회사가 되었습니다.

일광전구의 대표가 되기 전 운수 회사를 운영하셨다고 들었어요. 아버님의 뒤를 이어 일광전구를 맡게 된 특별한 계기가 있으냐?

1994년 부모님의 지원을 받아 부도난 대구 시내버스 회사를 인수했어요. 그때 제 나이 서른여섯이었죠. 인수한 회사가 대구에서 최악의 조건을 가진 곳이었고, 제가 너무 어리다 보니 주변에서 다들 금방 망할 거라 했어요. 더 열심히 일할 수밖에 없었죠. 손에 지문이 닳아 없어질 정도로 일했어요. 관련 책도 많이 읽고, 일본에 가서 시내버스 운영하는 걸 보기도 하고요. 그렇게 5년을 하다 보니 회사가 정상화됐습니다. 이제 한시름 놓을 수 있겠다 했는데, 그즈음 아버님이 저를 부르시더라고요. 이제 힘들어서 일광전구를 운영하기 어려우니 제가 맡아서 운영하든지, 아니면 문을 닫겠다고 하셨죠. 바로 결정하기 어려워 아버님께 일주일만 고민할 시간을 달라고 부탁드렸어요.



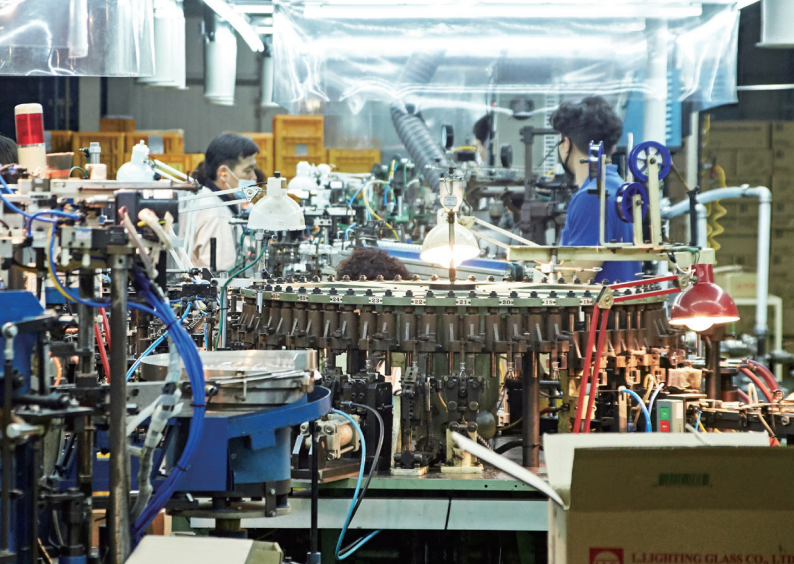


고심 끝에 일광전구의 대표 이사로 취임하셨는데 무엇이 대표님의 마음을 움직였나요?

백열전구에 대해 곰곰이 생각해봤어요. 백열전구는 필라멘트의 탄소를 태워서 빛을 내요. 모닥불을 켜는 것과 같은 원리죠. 에디슨이 백열전구를 발명한 지 100년이 넘었어요. 저는 원형 그대로 100년을 이어온 제품은 백열전구가 유일하다고 생각해요. 이렇게 100년을 지속해온 제품이라면 앞으로 100년도 더 갈 수 있겠다고 생각했죠. 세상에 꼭 필요한 제품이라는 확신이 일광전구를 맡게 된 이유예요. 일광전구를 맡기로 한 후 아버님께 제게 모든 권한을 넘겨 달라고 말씀드렸어요. 할 거면 제대로 하고 싶으니 회사에 나오지 말라고 부탁드렸죠. 그때 많이 섭섭하셨을 거예요. 30년 넘게 회사를 키워 오셨는데 그동안 얼마나 애정이 많으셨겠어요.

일광전구의 대표가 된 1998년 1월은 IMF로 우리나라 경제가 큰 어려움을 겪던 시기예요. 취임 당시 회사 상황은 어땠나요?

저희도 큰 타격을 입었어요. IMF 1년 전과 대비해 매출이 5분의 1로 줄었거든요. 계속 적자가 심해지고 있었죠. 게다가 1990년 초반부터 중국이 급부상해 해외 수출 물량 대부분을 중국 업체에 뺏긴 상황이었어요. 그래서 대표 이사에 취임한 후 줄어든 매출을 3년 이내에 정상화하기 위한 계획을 세웠어요. 그동안은 우리가 만든 제품을 우리 대리점에만 공급했어서 새로운 거래처 확보가 필요했죠. 그래서 그동안 하지 않던 OEM 방식을 통해 도시바 같은 형광등 생산 업체에 백열전구를 납품하기 시작했어요. 그렇게 20만 개로 줄어들었던 백열전구 생산량을 10개월 만에 100만 개 수준으로 다시 회복시켰죠. 아버님으로부터 회사를 인수했을 때 직원이 20명 정도였는데 다시



70명으로 늘렸어요. 1년 만에 정상화된 거죠. 정상화 이후에는 신제품 개발에 집중했고, 그렇게 2002년쯤 되니 매출도 상당히 오르고 모든 게 안정됐어요.

**고생 끝에 회사가 안정됐는데, 곧 전 세계적으로 백열전구 대신 LED 전구를 사용하자는 움직임이 일어났어요. 그때 심정이 어떠셨나요?**

2007년 G8 정상회담에서 에너지효율이 낮은 백열전구를 퇴출하자는 결의안이 확정됐어요. G8이 아니었던 우리나라도 세계적인 흐름에 맞춰 2014년부터 가정용 백열전구 생산과 수입을 중단한다고 결정했죠. 드디어 울 것이 왔구나 싶으면서도 이걸 어떻게 극복해야 하나 고민이 많았어요. 우리도 LED 전구 쪽으로 나아가야 할지, 다른 길을 찾을지 선택을 해야 하는 중요한 시기였죠.

일 път 생각하면 오랜 전통을 가진 전구 회사인 만큼 한참 성장하고 있던 LED 전구 시장으로 진출하는 게 당연한 흐름처럼 생각돼요. 일광 전구의 선택은 무엇이었나요?

물론 LED 전구에 대해서도 조금씩 시도해봤지만 저희가 주력할 시장은 아니라고 판단했어요. 일반 소비자분들은 백열전구와 LED 전구를 비슷한 기술이라고 생각할 수도 있는데 전혀 다른 제품군이거든요. 백열전구가 탄소를 태워 불을 밝히는 아날로그 기술이라면 LED는 전자제품에 가까워요. 그리고 무엇보다 오스람, 필립스, 삼성과 경쟁해야 하는 시장이었기 때문에 저희 같은 중소기업에게는 기회가 많지 않을 거라 생각했어요. 그즈음 건강을 위해 마라톤을 즐기고 있었는데요. 1년에 한두 번 해외 마라톤 대회에도 참가했죠. 마라톤 대회를 위해 뉴욕에 갔다 충격을 받은 일이 있어요. 최고급 스포츠웨어가 백열전구를 이용해 인터리어를 했다라고요. 백열전구가 LED보다 에너지효율이 떨어지긴 하지만, 자연의 불과 가장 닮은 특유의 따뜻한 감성은 다른 전구가 따라올 수 없는 장점이라는 걸 새삼 깨닫게 됐죠. 그때 이후로 일광전구가 가야 할 길은, 백열전구에 디자인을 입혀 장식용 백열전구로써 새로운 가치를 더하는 것이라고 확신했어요.

**직원분들은 대표님의 결정을 어떻게 받아드렸나요? 직원 입장에서 그동안 성실, 효율, 불량률 감소 등을 중요하게 생각하다 앞으로는 아름답고, 창의력 등 그동안 크게 생각하지 않던 가치를 추구해야 한다는 게 큰 부담이 되기도 했을 것 같아요.**

그동안 우리는 공산품을 만들어 바라다매해 왔기 때문에 원가, 효율, 생산성 같은 게 가장 중요한 가치였어요. 열심히 만들고 더 많이 판매하는 것에만 집중했던 사람들이죠. 디자인의 가치를 더하는 게 쉽지 않았어요. 디자인할 인력도 없었고요. 하지만 대표로서 일광전구가 가야 할 길이라는 확신이 있었어요. 일단 그 확신을 나누기 위해 직원들과 많은 대화를 했어요. 모나리자의 그림을 예로 들었죠. 이 세상에서 무게나 크기에 비해 가장 비싼 게 바로 모나리자의 그림이라고. 10년 전 감당 가격이 1조가 넘었거든요. 우리의 전구도 디자인을 더해, 원가를 따지던 시장에서 가치를 따지는 시장으로 진입해야 한다고 이해시켰어요.





디자인할 내부 인력이 없었다고 하셨는데 지금은 일광전구의 패키지 디자인, 전구 디자인이 많은 사랑과 인정을 받고 있어요. 어떻게 해결하신 건가요?

제가 어렸을 때부터 그림을 좋아해서인지, 제 자식들이 모두 디자인을 전공했어요. 큰딸에게 앞으로 일광전구가 가고자 하는 방향에 관해 설명하니 이 일을 잘할 수 있는 사람이 있다며 권순만 팀장을 소개했었어요. 코카콜라, 삼성, 11+ 같은 브랜드와 일하는 능력 있는 친구였죠. 그 친구와 만나 이야기를 나눌수록 일광전구의 미래가 뚜렷하게 그려지는 기분이었어요. 그래서 일광전구의 디자인, 브랜드 총괄 디렉터 역할을 맡겼죠. 리뉴얼한 일광전구의 패키지 디자인으로 일본 굿디자인어워드에서 상도 받았어요. 전구 패키지 디자인으로 최초였다고 하더군요. 신뢰가 갔죠.

많은 기업뿐만 아니라 개인도 변화의 필요성을 느끼지만, 막상 실현에 옮기는 건 추후하게 되는 것 같아요. 대표님은 일광전구의 변화가 두렵지 않으셨나요?

저는 자신 있었어요. 제 나이가 60인데 그동안 다양한 경험을 하며 아직 제 생각이 열 개 중에 여섯 개 이상은 맞다는 걸 느꼈거든요. 권순만 팀장과 함께하게 되며 다양한 분야의 감각 있는 사람, 브랜드와 연결되고 있는 것도 감점이고요. 저는 LED 전구가 대세가 된 이 흐름이 저희에게 위기가 아니라 기회라고 봐요. 백열전구 시장의 70% 이상을 차지하던 경쟁한 업체들이 모두 손을 떼 상황이기니까요. 중소기업인 저희에게는 새로운 기회가 온 거죠. 가능성이 있으니 이제 우리 하기 나름인데, 하늘이 돕고 싶어 안달이 날 정도로 우리 스스로 열심히 하면 뭐든지 할 수 있다고 믿어요.



하지만 백열전구가 LED보다 에너지효율이 높지 않은 건 분명해요. 그럼에도 백열전구는 세상에 꼭 필요한 걸까요?

백열전구가 LED 전구보다 더 많이 사용되지는 않겠죠. 앞으로도 LED 전구가 대세일 거예요. 하지만 백열전구는 사라질 수 없어요. 정부가 백열전구 생산을 금지하겠다고 발표하자 저희에게 많은 편지와 연락이 왔어요. LED 전구 대신 백열전구를 사용해야 몸이 덜 아프다는 분... 양계장의 전구를 LED로 바꿨더니 병아리 부화가 잘 안된다는 분... 백열전구는 모닥불을 그대로 옮겨 놓은 거라 생명체가 가장 자연스럽게 받아들이는 불빛이거든요. 전자파가 발생하지 않는 전구라는 장점도 있고요. 존재 가치가 충분하죠. 다른 산업들을 보면 디지털이 발달할수록 아날로그에 대한 가치가 함께 상승하잖아요. 전구도 마찬가지라고 생각해요. LED 전구가 여전히 대세이겠지만 그만큼 백열전구의 가치도 부각될 거예요. 그리고 이제 우리나라에서 백열전구를 만드는 곳은 저희만 남았기 때문에 필요한 분들에게 공급해야 한다는 사회적 책임도 있어요. 사실 정부에서 생산을 금지한 건 일반조명용 백열전구거든요. 모든 백열전구의 생산을 금지한 게 아닌데 많은 분이 오해하고 계시죠. 장식용, 산업용 백열전구는 계속 만들어갈 거예요.

전구에 디자인의 가치를 더하기 위해서는 다양한 세대의 라이프스타일을 이해하기 위한 노력이 필요할 것 같아요. 대표님은 어떤 노력을 하고 계신가요?

저는 사람을 통해 얻는 걸 가장 중요하게 생각해요. 제가 좋아하는 운동이 두 가지 있어요. 마라톤과 등산. 둘 다 정말 다양한 사람들을 만나고 함께할 수 있는 운동이죠. 저희 마라톤 클럽만 해도 교도관, 공무원, 사업가, 주부 등 다양한 분들로 구성되어 있거든요. 함께 땀 흘리고 대화하다 보면 대중의 생각을 읽게 돼요. 1년에 한 번 해외 마라톤 대회에 참가해 세계 주요 도시의 삶을 지켜보는 것도 큰 도움이 되죠.





일광전구는 디자인 페어, 전시에도 적극적으로 참여하는 것 같아요. 우리가 무엇을 하는 브랜드인지 알리기 위해서는 전시회를 잘 활용해야 한다고 생각해요. 그곳에서 소비자들을 직접 만나면 감회가 새롭거든요. 그동안 전구는 '몇 시간 갈까? 잘 깨지지 않을까?' 이런 걸 고민하던 존재였는데, 전시회에서는 다들 '예쁘다, 갖고 싶더라'는 반응을 보여요. 전구를 바라보는 패러다임이 변하고 있는 게 느껴져요. 앞으로는 세계 유수의 디자인 페어에도 적극적으로 참여할 생각이예요. 전체 조명을 쓰는 우리나라의 조명 문화 때문에 국내에서는 한계가 있거든요. 외국은 전체 조명보다는 개별 조명을 써요. 그래서 더 많은 기회가 있죠.

한 회사가 꾸준히 나아가기 위해서는 직원들의 성장도 중요한 것 같아요. 대표님이 직원들에게 가장 강조하는 건 무엇인가요? 재미없는 말일 수 있는데 '기본기'예요. 제가 1998년 이 회사를 맡으면서 가장 강조한 게 체력과 청결이었어요. 이 두 가지가 모든 일의

기본이라고 생각해요. 직원들에게 지금도 항상 작업하기 전과 작업 후에 정리정돈을 습관화하라고 강조하고요. 이게 갖춰지지 않으면 사고가 나고 일을 제대로 할 수 없어요. 작업 도구는 어디에 두고, 원자재는 언제 어디서 가져온다는 정확한 규칙이 있어야 실수 없이 정확히 일할 수 있죠. 그게 좋은 품질로 연결되는 거고요.

일광전구가 탄생한 지 50년이 넘었어요. 한 브랜드가 오랫동안 지속되려면 무엇을 갖춰야 할까요?

소통과 변화 그리고 정체성이라고 생각해요. 생각의 방향을 한곳으로 모으기 위해서는 대화하는 시간이 꼭 필요하고, 시대를 읽고 변화하는 감각도 중요해요. 하지만 가장 중요한 건 '무엇을 하는 기업인가?'라는 정체성이예요. 저희가 2013년에 슬로건을 새로 만들었어요. 'We Make Light.' 우리가 하는 일이 그냥 전구를 만드는 일이라 아니라 일상을 비추고 세상을 밝히는 가치 있는 일이라는 걸 다시 깨닫는 계기가 됐죠.

2세대 경영자로서 아버지보다 더 잘해야 한다는 부담감은 없었나요? 아버님이 지금의 대표님을 만나면 뭐라고 하실까요?

경상도 아버지들이 다 비슷해요. 자식 자랑을 잘 안 하죠.(웃음) 저희 아버님도 칭찬을 거의 안 하셨어요. 제가 운수회사를 운영하고 있을 때 할머니가 돌아가셨어요. 제 주변의 많은 분이 조문을 오셨는데 아버님께 제 칭찬을 많이 하셨나 봐요. 그때 아버지가 딱 한 번 '네가 그래도 잘하고 있나 보다.'라고 한마디 해주셨어요. 지금의 제게도 그 정도의 말씀을 해주시지 않을까요? 아버님이 어렵게 일군 기업이니깐 제가 꼭 지키고 발전시켜야 한다는 책임감으로 지금까지 올 수 있었어요. 한때 LED 업체에서 저희 기업을 인수하겠다고 큰 금액을 제시하기도 했는데, 제가 만든 회사가 아니니 그런 거절할 수밖에 없었죠.

앞으로 어떤 미래를 꿈꾸시나요?

'백열전구'는 '일광전구'라는 독보적인 존재가 되고 싶어요. 또 백열전구를 만드는 국내 유일의 브랜드에서 만족하는 게 아니라 해외에서도 인정받고 싶고요. 이젠 2세대 기업으로서 주어진 사명이라고 생각하거든요. 그리고 지금 이 공장 앞에 건물을 세워 백열전구 만드는 모습을 직접 보고 체험할 수 있는 공간을 운영하고 싶어요. 그 공간에서 커피도 마시고 저희 제품을 구경하고 구매도 하는 거죠. 백열전구를 통해 많은 사람의 일상이 밝고 즐거워지는 걸 상상할 때 가장 행복해요. 일광전구를 통해 그런 미래를 만들어가고 싶습니다.



## 함께해서 더 빛나다

일광전구를 빛나게 한 작업들.  
사진 제공 일광전구

일광전구 프로젝트는 그들의 가능성을 확장했다. 평범하게만 여겼던 전구는 이 시대가 필요로 하는 곳에서 특별해졌다. 단순히 전구를 제작하는 회사가 아닌 전구 브랜드로서 가치를 높이며 이름을 알린 일광전구. 모든 프로젝트에는 아름다운 빛을 올바르게 사용하고자 하는 일광전구의 메시지가 고스란히 담겨있다.

## 01

### 토리코티지

다양한 분야의 크리에이터(브랜드)와 스테이 공간을 만드는 브랜드 토리코티지, 그리고 일광전구가 만났다. 제주 구좌읍 동북리에 위치한 토리코티지 여섯 번째 스테이의 컨셉은 '빛이 머무는 공간'이다. 공간기획, 건축 및 조명 설계, 인테리어, 사인 시스템 디자인에 이르기까지 크고 작은 모든 과정을 일광전구에서 디렉팅했다. '빛은 어떻게 스테이 공간을 밝혀줄 수 있는가?'라는 근본적인 질문으로 시작해 2년 가까이 진행된 장기 프로젝트. 일광전구는 이 프로젝트를 통해 빛이 만들어내는 일상의 변화를 아름다운 제주의 공간에 선물했다.



## 세계 최초 전구 자판기

서울리빙디자인페어 2017에서 세계 최초의 전구 자판기를 선보였다. 전구는 과거에 생필품으로써의 역할을 했지만, 점차 일상의 오브제로써의 역할로 확장되고 있다. 일광전구는 누구나 손쉽게 제품을 구매하고 설치할 수 있는 오브제가 된 전구를 편리하고 대중화된 판매 방식인 자판기에 적용했다. 서울리빙디자인페어 당시에는 자판기에서 전구를 구매하면 일광전구 스탠드 교환권을 뽑을 수 있는 이벤트를 진행하기도 했다.



## 그린샬러드 플라워 크리스마스 에디션

플라워, 가드닝 전문 브랜드 '그린샬러드 플라워'와 크리스마스 에디션 전구를 출시했다. 일광전구의 대표 제품인 클래식 시리즈에 트리 모양의 필라멘트를 적용한 전구 'ST64 tree'를 만들고, 그린샬러드 플라워의 크리스마스 리스를 결합하여 특별한 제품을 탄생시켰다. 겨울밤 벽난로의 따뜻한 빛처럼 붉은빛을 내는 'ST64 tree'와 사철 나무와 솔방울, 낙산홍으로 만든 크리스마스 리스의 조합은 보기만 해도 따뜻한 크리스마스의 분위기가 느껴진다.



04

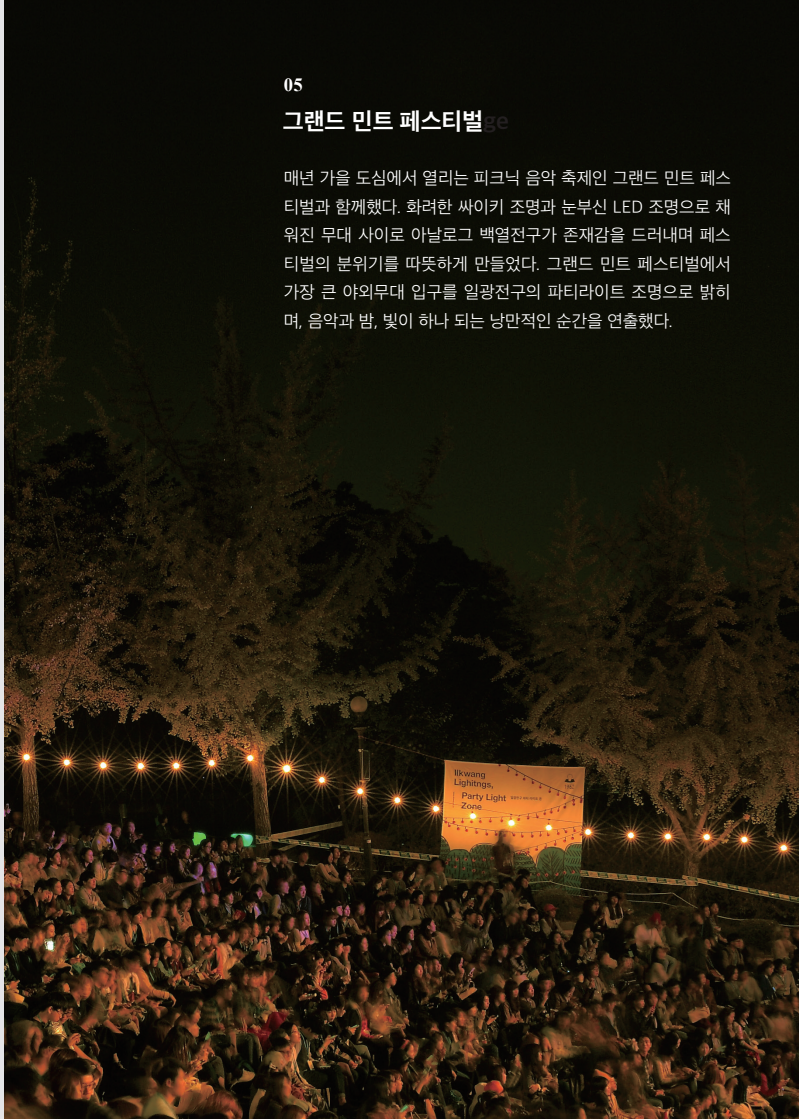
## 부산 구 백제병원

1927년 설립된 최초의 근대식 종합병원인 구 백제병원은 90여 년의 세월 동안 다양한 용도로 활용되었다. 최근 건축물의 시간을 보존하며 가치를 드러내는 방향으로 변신을 꾀하고 있는데, 카페 브라운헨즈와 일광전구를 비롯해 다양한 브랜드가 함께하며 활기 넘치는 공간으로 재탄생했다. 구 백제병원이 위치한 부산의 초량동은 과거 대한민국을 밝혔던 백열전구 생산 공장이 많이 있던 곳으로, 일광전구가 이곳에 불을 밝힌 것은 특별한 의미로 다가온다.

05

## 그랜드 민트 페스티벌

매년 가을 도심에서 열리는 피크닉 음악 축제인 그랜드 민트 페스티벌과 함께했다. 화려한 싸이키 조명과 눈부신 LED 조명으로 채워진 무대 사이로 아날로그 백열전구가 존재감을 드러내며 페스티벌의 분위기를 따뜻하게 만들었다. 그랜드 민트 페스티벌에서 가장 큰 야외무대 입구를 일광전구의 파티라이트 조명으로 밝히며, 음악과 밤, 빛이 하나 되는 낭만적인 순간을 연출했다.



## 엔트러사이트

폐공장이었던 곳을 개조해 만든 카페 '엔트러사이트'의 공간에 일광 전구가 한자리를 차지했다. 마포구 합정동에 위치한 엔트러사이트는 커피를 좋아하고 공간을 사랑하는 사람이라면 한 번쯤 가봤을 만한 곳이다. 엔트러사이트 건물 외관에 달린 파티라이트 전구는 입구를 밝히는 오브제 역할을 하며 공간을 환히 비추고 있다.



## 오브젝트 팝업 스토어 전시

일광전구가 새로운 슬로건을 내걸고 디자인 기업으로 진화하는 과정에서 선보인 첫 번째 프로젝트다. 처음으로 함께한 브랜드는 편집숍 오브젝트. 50주년을 맞이한 일광전구는 소비자와의 소통의 일환으로 전시를 기획했다. 한 달간 진행된 전시는 <We make light>라는 이름으로 일광전구의 히스토리를 전하고 전구가 만들어지는 과정과 구조를 전달하여, 많은 이에게 일광전구의 존재를 각인시켰다.

## 공간을 밝히는 빛

일광전구를 대표하는  
다섯 가지 전구 시리즈.

생활에 꼭 필요한 전구부터 장식용 전구와 조명기구까지, 일광전구는 다양한 시리즈 제품을 생산한다. 빠르게 흘러가는 이 시대에, 일상을 따뜻하게 채워주는 백열전구의 매력이 더욱 빛 발할 수 있도록 새로운 제품을 만드는 노력도 꾸준히 이어가고 있다. 일광전구 제품 시리즈 중 대표적인 다섯 가지를 소개한다.

### 01.

## 클래식 시리즈

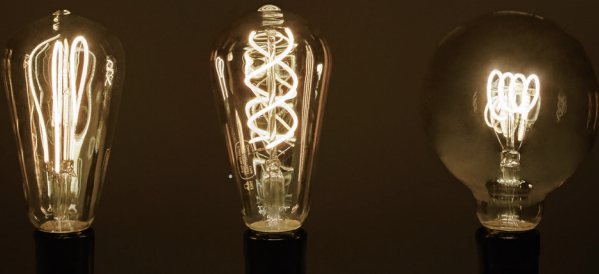
에디슨이 처음 만든 전구의 모양과 점등 방식을 모티브로 제작한 시리즈. 20세기 초에 제작된 전구의 아름다운 유리구와 다양한 필라멘트를 클래식 시리즈에서 재현했다. 일광전구의 베스트셀러 시리즈이며 현재 브랜드 정체성을 가장 강하게 만들어준 제품군이기도 하다. 독특한 유리구와 필라멘트는 하나씩 살펴보는 재미가 쏠쏠하다. 특히 트리 모양의 필라멘트 전구는 크리스마스 시즌에 포인트 인테리어 소품으로도 손색이 없다. 이 빈티지한 디자인의 프리미엄 전구 시리즈를 실내외 등기구, 천장 등기구, 상들리에와 같은 기구에 사용하면 공간이 더욱 고풍스러운 분위기로 연출된다. 모델명 ST64 Tree



02.

## LED 시리즈

시대와 소비자에 맞춰 다양한 LED 시리즈도 만들고 있다. 일광전구 LED 시리즈는 고효율 LED를 사용한 저전력, 고수명의 경제적인 제품이다. 등기구, 매립형 조명은 물론, 클래식한 감성의 필라멘트 LED를 적용한 장식용 제품도 만들고 있으며, 제품별 유리구 사이즈와 와트 또한 다양하게 구성되어 있다. 모델명 (왼쪽부터) Vintage LED ST64 TL, Vintage LED ST64 S, Vintage LED G95 QL



03.

## 파티라이트 시리즈

긴 전선에 전구를 달 수 있는 소켓이 여러 개 달린 벨트 타입의 조명기구 시리즈. 소켓마다 생활방수 처리가 되어있어 실내의 공간에서 모두 사용할 수 있다. 저렴한 비용으로 최고의 분위기를 만들어주는 가성비 높은 인테리어 아이템이다. 해 질 녘, 탁 트인 정원, 테라스, 루프탑으로 모여 파티라이트를 켜면 조금 더 낭만적인 가을밤을 즐길 수 있다.

모델명 P2 Black (전구는 ST45)





04.

## 마스터 시리즈

최고급 전구를 만들어보자는 취지로 최근에 출시한 프리미엄 수작업 전구 시리즈. 유리구의 특별한 형태, 표면처리 그리고 빛의 섬세함을 더욱 품격있게 표현하기 위해 장인의 손을 거친 블로잉(액체 상태의 유리를 파이프를 통해 직접 입으로 불어 유리구를 제작하는 방법) 작업으로 제조한다. 모델명 ST58 Blue

05.

## 인테리어 조명기구 시리즈

기본에 충실한 조명기구 시리즈로 다양한 전구를 조금 더 가깝고 편하게 사용하도록 만들었다. 이 시리즈에는 테이블 램프, 플로어 램프, 펜던트 등 여러 형태와 용도의 인테리어 조명기구가 있다. 빈티지한 황동, 깔끔하고 세련된 스테인리스 스틸, 따뜻한 우드, 투박한 콘크리트 등 소재의 종류도 많다. 공간과 어울리는 조명기구와 함이 잘 맞는 전구를 찾는다면 아름다운 빛과 그림자를 쉽게 연출할 수 있다. 모델명 (왼쪽부터) Wire1 Gold, Wood2 (전구는 HG95 Gold)



## 일상을 밝히다

일광 전구를 사용하는  
다섯 사람의 이야기.

일광전구가 만들어 내는 빛은 가장 가까워서 우리의 일상을 밝혀준다. 누군가는 식탁 위 조명으로 식사와 대화를 즐기고, 누군가는 볼 꺼진 방에서 책상 위 스탠드 불빛만으로 분위기를 연출한다. 그래서 빛을 만든다는 건 참 낭만적인 일이다. 각자의 공간을 더욱 따뜻하게 밝혀주는 일광전구, 사람들의 이야기 속에도 낭만이 자리 잡고 있다.

클래식전구 ST64, Pendant1



### 추억을 선물하다

세 살 쌍둥이 아들을 둔 양애련입니다. 결혼 4년 만에 찾아온 쌍둥이를 위해 직접 지은 집에서 살고 있어요. 집을 설계할 때부터 식탁에 포인트를 두고 싶었는데요. 작년 초, 남편과 함께 간 '경향 하우징 페어'에서 일광전구의 에디슨 전구를 보고, 어린 시절에 봤던 백열등이 떠올라 마음이 훈훈해지더라고요. LED 조명에서 볼 수 없는 필라멘트도 너무 좋았어요. 일광전구는 과하지 않은 디자인과 아날로그 느낌이 매력적이에요. 가격도 적당하죠. 식탁 위 전구에 불빛이 들어오면 하얀 벽이 노랗게 물들면서 식사 시간의 분위기가 한껏 살아요. 저희 아들은 소켓을 돌리는 아빠의 행동을 호기심 가득한 얼굴로 유심히 쳐다보고, 어쩔 땐 촛불처럼 보이는지 생일 축하 노래를 부르더라고요. 전구 하나로 벌써 여러 추억이 생겼죠. 일광전구는 전구 그 이상의 가치를 하는 것 같아요.



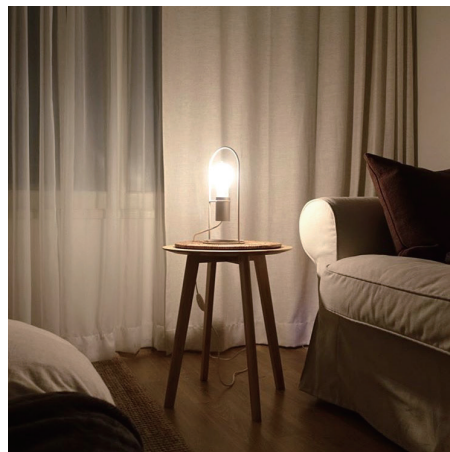
G80 Half Mirror

## 온도를 불어넣다

파티시에로 일하는 김지혜입니다. 저는 손으로 무언가 만드는 걸 좋아해요. 사진 속 스탠드도 제가 직접 만든 거고요. 스탠드에 어떤 전구를 끼울까 고민하다가 일광전구를 떠올렸어요. 공간에 온도를 불어 넣는 것은 결국 빛이라고 생각하거든요. 실제로 전구가 공간이나 제 마음가짐에 주는 영향도 크고요. 그런 점에서 일광전구가 내는 빛은 제가 원하는 따뜻한 색이라 정말 좋아요. 저는 전구뿐 아니라 일광전구에서 만든 조명기구도 몇 개 가지고 있는데요. 심플한 선과 전구가 내는 빛의 조화가 잘 어울려요. 빛을 주인공으로 만들어주는 느낌이랄까. 일광전구는 지금 자리에 머무르지 않고 새로운 디자인을 접목하고 꾸준히 시도하는 점이 놀라워요. 그리고 이러한 시도는 오랜 시간 쌓아온 기술적인 부분이 뒷받침되어 있기에 가능하다고 생각하고요. 한마디로 제게는 믿을 수 있는 브랜드인 거죠.

## 여유를 누리다

포토그래퍼 우민이입니다. 저는 따뜻한 색감의 백열전구를 좋아해서 평소 사진 작업할 때를 제외하곤 형광등을 잘 켜지 않아요. 그래서 침실뿐만 아니라 집안 곳곳 작은 조명들을 배치해 두는 편인데요. 조명마다 색과 온도가 조금씩 다르다 보니 눈이 은근히 피로하더라고요. 그러다 '서울리빙디자인페어'에서 일광전구를 발견했죠. 시험삼아 집안의 모든 전구를 일광전구로 바꿔봤는데, 눈이 피로하지 않고 전구의 모양도 아름다워서 계속 애용하고 있어요. 일광전구가 몇 없던 전구 선택의 폭을 굉장히 넓혀줬죠. 덕분에 이전보다 인테리어 완성도가 한층 높아졌고요.



Wirel Ivory

## 작품으로 구현하다

일광전구를 이용해 공간 디자인을 하는 이광호입니다. 제가 주로 사용하는 전구는 클래식 전구인데요. 전선을 이용하여 조명을 만들다 보니 전기가 흐르는 끝부분에 세련된 전구보다는 친숙하고 클래식한 전구를 사용하고 싶었어요. 저는 전구에서 나오는 빛 자체의 느낌을 좋아하거든요. 예전에는 미국에서 빈티지 전구를 수입해서 썼는데, 일광전구에서 클래식 전구를 생산한다는 소식을 듣고 자연스럽게 일광전구를 사용하게 됐죠. 일광전구는 작업물에 어울리는 전구 형태를 선택해서 사용할 수 있다는 점이 마음에 들어요. 전구들이 점점 좋은 품질로 발전하는 과정을 지켜보는 것도 즐겁고요. 대를 거듭하며 우리 삶 속에 가까이 자리하는 일광전구가 참 멋있다고 생각해요.



클래식 전구 라인



P2 Black

## 동화를 마주하다

셀프 자연 놀이터 '바테'를 운영하는 박혜란입니다. '바테'는 자연이 주는 여유로움이 필요한 분들에게 놀이터가 되어주는 공간이에요. 과일과 산나물을 따거나 자연 속에서 파티를 열기도 하죠. 이처럼 저희 공간은 자연과 함께하는 곳인데 해가 지고 나면 자연의 색을 볼 수 없다는 게 너무 아쉽더라고요. 여러 가지 파티 조명을 시도해봤지만 자연의 색을 표현하기에 부족했어요. 그러다 일광전구의 P2 조명을 알게 됐는데, 자연의 색을 방해하지 않고 은은한 빛을 내더라고요. 조도가 적당해서 밤낮 할 것 없이 다 잘 어울리기도 하고요. 자연 속에서 전구가 빛나는 모습이 파티 공간을 더 매력적으로 꾸며줬어요. 파티에 참석하신 분들도 마치 동화 속의 한 장면 같다고 해주셨죠. 사람들이 특별한 공간에서 좋은 추억을 남길길 바라는 저의 바람을 이룬 것 같아요.