

아이디어가 기업을 살린다! 위기에서 회생한 일본중소기업 성공사례

최근 일본에서는 위기를 딛고 성공적으로 회생한 중소기업들의 사례가 주목 받고 있습니다.
소개되는 중소기업들은 제품의 라이프 사이클이 끝났다고 포기하는 것이 아니라, 새로운 부가가치를 불어넣어
하나의 예술작품으로 '진화'하는 특징을 보이고 있습니다. 이 리포트에서는 침체하는 기업을 살리는데
주요했던 핵심키워드를 찾아 일본 중소기업이 진화하는 과정에 초점을 맞췄습니다.

Case. 11

아이치도비

VERMICULAR 

- ❖ 소재지: 愛知県名古屋市中川区宗円町1-28
- ❖ 설립: 1947년 5월
- ❖ 종업원 수: 220명(2017년4월)
- ❖ 분야·품목: 주물 법랑 냄비 「버미쿨라」 제조·판매
- ❖ 자본금: 16,500,000円

無에서 有? 有에서 New! 아이치도비(Case. 11)

< 기업소개 >

밥맛에 까다롭기로는 세계 최고인 일본인들을 사로잡은 밥솥이 있습니다. 바로 아이치도비라는 회사가 만든 ‘버미컬라 라이스 팻’인데요. 7만 9,800엔(약 88만 2천원)이라는 고가에도 불구하고, 주문 후 제품을 받으려면 최대 15개월까지 대기해야 한다고 합니다. 이 밥솥에는 어떤 비밀이 숨겨져 있는 걸까요?

[진화1] 多기능 보다 高기능

겉모습만 보면 무척 심플해 보이지만, 아이치도비의 기술과 노하우가 총 동원되었다고 해도 과언이 아닐 정도로, 라이스 팻에는 다양한 기술이 담겨져 있습니다.

먼저 열을 내는 하층부는 밀면 뿐 만 아니라 측면도 히터로 감싸, 아궁이와 같은 입체적인 가열을 구현했지요. 냄비 바닥에 열 감지 센서를 탑재해 섬세한 불 조절이 가능하도록 했습니다. 조리 시 활발한 열의 대류가 일어날 수 있도록 냄비 모서리를 둥글게 처리하고, 뚜껑 윗면에는 고리 모양의 돌기인 ‘더블 리드 링’을 넣어 밥을 다 지은 뒤 뚜껑의 물방울이 안으로 떨어지지 않도록 했는데요.

특이한 점은 전기밥솥임에도 불구하고 보온기능이 없다는 점입니다. 그 이유를 구니히로 사장은 ‘보온한 밥은 맛이 없다. 전기밥솥의 보온용 뚜껑을 없애면 밥을 더 맛있게 지을 수 있고, 고무 등의 소재가 들어가지 않아 위생적이다.’ 라고 설명합니다. 실제 소비자를 상대로 조사해 본 결과, 밥을 보온하는 경우보다 냉장, 냉동하는 경우가 많다는 것도 보온기능을 없앤 이유 중 하나인데요. 전기밥솥이 보온 밥솥에서 진화하여 만들어진 제품이라는 점을 생각하면, 과히 혁신적인 시도라고 할 수 있죠.

[진화2] 無에서 有? 有에서 New

그런데 여기서 놀라운 점은 이 제품을 만든 아이치도비가 가전업체가 아닌 주물 전문 업체라는 점입니다. 금속을 녹여 산업용 기기의 부품을 주조하던 업체가 전기밥솥을 만들 게 된 데는 그만한 사정이

있었는데요. 2001년 아이치도비는 주문 감소로 채무초과 상태에 놓여 있었습니다.

돌과구를 찾아야 했지만 그럴 자금이 있을 리 만무했죠. 히지카타 사장은 당시 상황에 대해 “자금이 충분하지 않아서 새

로운 것을 할 수 없었다. 이미 확보하고 있는 주조기술과 정밀가공기술을 이용해서 하청이 아닌 직접 판매할 수 있는 상품을 만들어야겠다고 생각했다. 그렇게 생각하니, 만들 수 있는 건 냄비밖에 없었다.”고 회상하는데요. 하지만 이미 주물 냄비 시장에는 유럽 유명 브랜드가 독보적 위치를 차지하고 있는 상황이었습니다.

지푸라기라도 잡는 심정으로, 유명 브랜드의 제품을 구입해, 사용해보던 히지카타 사장은 한 가지 틈새를 발견합니다. 주물 냄비의 최대 장점은 무수분 요리로 밀폐력이 높을수록 맛이 더 좋아지는데요.

기존 제품의 밀폐력에는 한계가 있었죠.

그는 이 점에 주목합니다. “우리의 정밀 연마기술로 뚜껑과 냄비가 맞물리는 지점을 깎아 밀폐성을 최대한으로 올리면, 더 나은 제품을 만들 수 있지 않을까?”라고 생각한 건데요.

그리고 3년 후, 아이치도비는 ‘버미쿨라’를 출시합니다. 주물 냄비를 손으로 정교하게 깎아, 냄비와 뚜껑 사이에 종이 1장조차 들어가지 않을 정도로 높은 밀폐력을 자랑하는데요. 재료의 수분을 최대한 유지해 최상의 맛을 끌어낸다는 평을 받고 있죠.

< 버미쿨라 >




[진화3] 품질 + 디자인 + 스피드

앞서 말씀드린 ‘라이스 팻’은 이 버미쿨라를 한 단계 더 진화시킨 제품입니다. ‘버미쿨라로 밥을 지으면 더 맛있다’는 고객의 말에서 아이디어를 얻었다는데요. 하지만 제품이 완성되기 까지 우여곡절이 많았습니다. ‘기존 버미쿨라에 자동으로 열을 조절할 수 있는 히터만 붙이면 되겠지...’라고 생각했지만, 밥이 타버리거나, 맛이 떨어졌던 거죠. 결국 냄비의 모양부터, 뚜껑 돌기 개수, 열선 배치, 통풍구까지

수십 번의 시행착오 끝에 제품을 완성하는데요. 하지만 히지카타 사장은 발매를 1년 더 미룹니다. 완성된 밥솥으로 찜이나 구이 같은 반찬 요리는 할 수 없다는 점 때문이었는데요. “다른 가전 업체처럼 일단 발매 후 점점 개선해 나가는 방식이 싫었다. 올해 구입했는데, 내년에 더 좋은 물건이 나오는 그런 제품이 아니라 한 번 출시하면 오래 판매가 유지되는 제품을 만들고 싶었다.”는 게 이유였죠.

그렇게 ‘밥 짓는 모드’와는 별도로 30~95℃까지 1℃ 단위로 온도조절이 가능한 ‘조리 모드’가 추가된 ‘버미큘라 라이스 팻’은 2016년 12월 판매를 시작한 지 불과 2주 만에 1만 5천대의 주문을 돌파하는데요. 2016년 현재까지 누계판매 20만 개를 기록하며 흥행을 이어가고 있습니다.

위기가 닥쳤을 때, 아이치도비가 선택할 수 있는 길은 하나뿐이었습니다. 하지만 중요한 것은 개수가 아닙니다. 내가 그 길을 어떻게 갈 것이냐를 생각하는 것

이죠. 그저 따라 걷기만 한다면, 장애물이 나타나거나, 길이 끊겼을 때 우린 목적지에 다다를 수 없습니다. 출발선에서 길은 하나였지만, 그 안에서 새로운 길을 개척해 나감으로써 아이치도비는 길을 두 개로, 세 개로 늘릴 수 있었고, ‘재건’이라는 목적을 향한 더 큰 지도를 그릴 수 있었습니다. 비록 좁고 험하더라도 지금 내가 걷고 있는 이 길이 더 큰 지도를 만드는 출발점이 될 수 있다는 사실, 기억하셨으면 좋겠습니다. 

< 라이스 팻 >



<참고자료>

PRESIDENT Online(2017.2.10.) "予約殺到！究極の炊飯器「バーミキュラ ライスポット」で実現した味"
아이치도비(愛知ドビー) 홈페이지 (<http://www.vermicular.jp/company/>)