

## 사례(28) 야노특수자동차[矢野特殊自動車] - 대형냉장고 분야에서 일본시장점유율 30% -

- 동사는 탱크로리나 차량운반차 등의 특수차량업체로서, 1958년에 일본에서 처음으로 냉동기능이 있는 냉장고를 개발, 현재도 경쟁력을 가진 주력제품으로 일본 시장점유율 3위를 기록
- 동사는 100개의 기술아이템이라는 개량방식이 말해주듯이, 어디까지나 사회의 니즈를 파악한 개발 자세를 견지하고 소프트, 하드면의 양면에서 진화를 목표로 하고 있음
- 2022년에 창업 100주년을 맞는 동사는 「SHOOT THE NEXT ARROW」라는 슬로건을 내걸고, 지역에 대한 공헌과 함께 100개의 기술아이템을 쌓아올리면서 IoT 기술을 사용하여 새로운 가치를 창조하겠다고 함

- 야노특수자동차는 탱크로리나 차량운반차 등의 특수차량업체로서, 1958년에 일본에서 처음으로 냉동기능이 있는 냉장고를 개발함
- 이후 60년이 경과한 현재도 대형 냉장고는 경쟁력을 가진 주력제품으로 일본시장점유율 3위를 기록하고 있음

### □ 가장 오래된 일본산 자동차를 제조한 창업자

- 창업은 1922년. 야노 쇼이치(矢野 彰一) 사장의 조부인 야노 고이치(矢野 倖一)씨가 일본에서 가장 오래된 일본산 자동차 「애로우호(Arrow號)」를 제조했던 당시에서 시작됨
- 당시는 다이쇼(大正)에서 쇼와(昭和)로 바뀌고 전쟁에 돌입한 시대에서 승용차가 아닌 특장차제조의 초석을 쌓았음
- 주문생산 제품제조를 기본으로 하고 있어, 수송품질과 수송효율의 기술파트너를 경영이념으로 내걸음
- 제조하는 특수차량이 활약하는 필드는 다양함. 항공산업용에는 연료를 공급하는 급유차나 포드로더로 불리는 기내식을 반입하기 위한 차량임
- 급유차는 민간용으로 약 50%의 점유율이라고 함. 2020년 동경 올림픽에 대비하여 수요가 증가, 2019년도에는 제작이 본격화됨
- 야노 사장은 사용상 편리함을 항상 추구한다고 제품개량에 주력하고 있음. 거래처인 물류업계는 운전수의 인력부족이 심각해져 생산성 향상을 위한 변혁기에 있음
- 이에 안전성 및 효율성, 외관의 개선을 반복함으로써 타고 싶어 하는 자동차의 개발을 목표로 하고 있음

- 개량의 일환으로서 4년 전에 시작한 것이 100개의 기술아이템이라고 명명한 방식임
  - 작은 고민을 거듭하여 사용자로서 사용하기 쉽고 즐거워하는 제품제조를 추구하고 있음
- 사용자로부터 높은 지지를 얻는 개량방식도 개발해내고 있음
  - 대표적인 예가 LED라이트를 천정 구석에 직선으로 배치하는 설계를 한 LED 코너라이트. 본래는 냉동차의 단열성 향상과 결로 방지를 목적으로 기획했음
  - 사용해보면 그림자가 적어 전체가 밝아져 검품작업 등 작업원의 노동환경개선에 크게 공헌했다고 함

#### □ 사회의 니즈를 파악한 개발자세

- 사회 전체적으로 노동방식 개혁이 진행되는 가운데, 물류업계에서도 과도한 장시간 노동을 시정하는 움직임이 확산되고 있음
  - 트럭 수송업계에서는 다수의 운전수들이 교대하는 방법도 채택되고 있음
- 한편 전자상거래(EC)보급으로 택배의 취급건수는 증가기조에 있음. 노동시간의 제약을 해소하는데 효율화를 실현하는 것이 급선무였음
  - 이러한 업계의 니즈를 기본으로 개발한 것이 냉동차「폴트레일러」로서, 버스 고속수송시스템(BRT)용 연결(連節)버스와 같이 차체가 두량 붙어있는 차량임
  - 각 차량에 냉동고가 부착, 종래의 대형차량에 비하여 1회에 2배의 화물을 운반할 수 있음
  - 고도의 운전기술이 요구되는 등 보급을 위한 과제도 있으나, 차세대자동차의 이미지를 발신하고 있음
- 자동차업계는 100년에 한 번의 대변혁기에 있어, IT기업 등 이업종과의 제휴는 초미의 과제임. 동사도 거래처의 협력을 얻어 IoT에 의해 고객의 운전비용을 억제하는 것도 가능했음
  - 야노 사장은 데이터를 어떻게 사용하는가가 중요, 최적화에 의해 새로운 상품가치를 제공하고 싶다고 기대하고 있음
  - 고객의 니즈에 부응, 소프트, 하드면의 양면에서 진화를 목표로 하고 있음

#### □ 지역과 함께 성장

- 대형냉동차는 전국 각지에서 생산된 육류나 야채, 가공식품을 장거리수송으로 소비자에 전달함

- 동사는 일본의 식탁을 지탱하는 제품을 반세기 이상에 걸쳐 제조해왔던 만큼, 지역에서 생산한 기업이 있어 사업을 할 수 있다며 전국의 생산자에게 감사하고 있음
- 지역공헌에도 적극적으로 임하고 있음
  - 「신구하마(新宮浜) 클린작전」으로 명명된 지방현지의 미화활동에 참여 등, 매년 11월에 개최되는 축제에도 참가. 역전대회에는 4개 팀을 파견, 우등점을 출점하기도 했음
  - 지역공헌에 주력한 배경에는 성장하는 마을과 함께 발전하고 싶다고 하는 생각이 있음
- 본사가 있는 후쿠오카현 신구마찌는 후쿠오카시에 인접, 베드타운으로서 인구가 증가하고 있음. 전국 각지에서 인구감소가 진행되는 가운데서도 인구증가율이 전국 1위로 활기를 띄고 있음
  - 동사는 마을을 대표하는 기업의 하나지만 B to B(기업간) 비즈니스 때문에 시민의 인지도는 낮음
  - 사내활성화를 도모하는 회사조직인 사원활성화위원회도 지명도 향상을 과제로 자리매김하고 있고, 착실하게 어필하는 것을 매우 중시하고 있음
- 야노 사장은 종업원들이 가족과 어린이들에게 자신을 가지고 자사의 이름을 전할 수 있는 환경을 바라고 있음. 앞으로는 지명도를 높임으로써 현지채용도 촉진하고 싶다고 함
- 2022년에는 창업 100년을 맞음. 내걸은 슬로건은「SHOOT THE NEXT ARROW」야노 사장은 추구하고 있는 수송품질이나 성능 등의 가치관으로 기술파트너로서의 자신감을 높이고 싶다고 함
  - 100개의 기술아이템. 프로젝트로 작은 개량을 쌓아올리면서 IoT 기술을 사용하여 새로운 가치를 창조한다는 것임

**【기업정보】**

▽소재지 = 후쿠오카현 가스야군 신구마찌  
가미노후키타 4-2-1  
▽사장 = 야노 쇼이치(矢野 彰一)

▽설립 = 1953년 11월  
▽매출액 = 약 127억엔(2018년 3월기)  
▽홈페이지 = <https://www.yano-body.co.jp/>

< 참고자료 >

경제산업성, 『지역미래견인기업』 2019년 2월 1일 <https://meti-journal.jp/p/3765-2/>