

## 미로쿠(株式会社ミロク) 일본에는 업종을 만드는 기업도 있다

### (1) 기업개요

소재지	高知県南国市篠原537番地1
설립연도	1946년
분야	업종, 공작기계, 자동차부품 제조 판매
자본금	8억 6000만 엔
URL	<a href="http://www.miroku-jp.com">http://www.miroku-jp.com</a>

### (2) 생산제품

2004년 8월 아테네 올림픽에서 한국 사격 사상 처음으로 클레이 종목에서 동메달을 땀다. 클레이 사격의 발상지는 영국이다. 18세기 영국에서 야생 조수는 모두 국왕의 소유물로 되어 있어 일반 시민들은 수렵에 대해 엄중한 규제를 받았다. 그래서 수렵을 대신해 사격을 즐길 수 있는 방법을 찾은 것이 피전 슈팅(Pigeon Shooting)이다. 1856년 H. 필드가 바구니에 비둘기를 넣어 두고 조수가 멀리서 끈으로 뚜껑을 열어 비둘기를 날려 이를 사격하는 경기를 고안해 낸 것이다. 하지만 비인간적이라는 논란이 일고, 비둘기도 점차 부족해지자 대중화를 위해 1880년 미국에서 오늘날과 같은 진흙(Clay)으로 빚은 접시 모양의 표적을 쓰기 시작하면서 클레이 사격이라는 이름으로 불리게 되었다. 접시가 피전이라 불리는 것은 이렇게 비둘기를 대체한 역사적 배경 때문이다.

이런 역사적 배경 때문에 클레이 사격에 쓰이는 업종이 설마 일본에서 만들어지고 있다는 사실을 알고 있는 사람은 드물 것이다. 일본사람

들조차 엽총을 만드는 회사가 일본에 있다는 사실을 모르고 있을 것이다. 그냥 만드는 정도가 아니라 고급엽총으로 분야를 제한하면 세계 최고 수준의 시장점유율을 자랑하는 미로쿠(ミロク)라는 회사가 일본에 있다. 연간 12~13만 자루의 엽총을 만든다. 그럼에도 불구하고 잘 알려지지 않은 이유는 아마도 엽총이 일본국내는 물론 한국에서도 일반적으로 사용되는 물건이 아니기 때문일 것이다. 그러나 총에 대한 제한이 상대적으로 느슨한 미국에서는 현재 약 2억 개가 넘는 총이 있을 것으로 보고 있다. 미국에서는 브로닝 혹은 윈체스터 두 회사의 제품이 고급품으로 유명하지만 실은 두 회사 총 중에는 미로쿠가 제조한 것이 적지 않다. 물론 미국에서 미로쿠라는 브랜드로 판매되고 있는 것도 상당 수 존재한다. 구미에서 수렵을 즐기는 인구는 우리나라와 비교가 안 될 정도로 많다. 그들 중에는 미로쿠 엽총만을 즐겨 사용하는 마니아가 적지 않다고 한다.

### (3) 성장과정과 Only-One 기술

미로쿠는 1946년 현재의 본사가 위치한 코우치(高知)현에서 사업을 시작했다. 회사 설립이후 줄곧 엽총에서 포경총(捕鯨銃)에 이르기까지 각종 총을 제조했다. 태평양전쟁이 막 끝나갈 무렵 군수용 총을 일부 제조하기는 했으나, 거의 대부분 군수 이외의 민간을 상대로 한 엽총을 만들었다.

그러나 태평양전쟁이 끝난 이후 총에 대한 수요가 급속하게 감소했다. 총에 대한 규제가 엄격해지고 산림개발에 따라 수렵활동 자체가 어려워졌기 때문이었다. 과거 한해에 5만 자루 이상 팔리던 총포류가 5분의 1로 감소했다. 포경총도 포경에 대한 제한으로 그 수요가 급감했다.

미로쿠는 이러한 경영위기를 타개할 방법으로 수출을 선택했다. 다행스럽게도 미로쿠의 총은 명중률이 뛰어날 뿐 아니라 디자인과 총을 쥐었을 때의 감촉이 좋기로 평판이 나 있었다. 이러한 총기 제조의 높은 기술력을 인정받아 미국의 브로닝과 윈체스터와 제휴관계를 체결할 수 있었다.

미로쿠의 총이 가장 높은 평가를 받는 것은 정밀도 분야이다. 정밀도가 떨어지면 총의 생명이라고 할 수 있는 명중률이 떨어진다. 총 제조 공정 모두가 명중률과 관련이 있으나 가장 큰 영향을 미치는 것은 총신(銃身) 부분이다. 이 부분이 구부러져있든지 비뚤어져있으면 명중률이 극도로 나빠질 뿐 아니라, 경우에 따라서는 폭발에 의한 사고도 일어날 수 있다. 즉 총신은 총의 생명과 같다고 할 수 있다. 그런데 이렇듯 중요한 총신의 미세한 교정은 전부 수작업으로 이루어진다. 보통 사람은 아무리 들여다봐도 알 수 없는 미세한 차이를 찾아낼 수 있는 고도의 기능공이 되기까지는 10년 이상의 세월이 필요하다고 한다.

총포(銃砲) 내부도 총 제조에 있어서 기능을 결정짓는 중요한 요소로 작용한다. 총탄이 들어가 있는 총신에서 선단(先端)부위까지의 구멍의 크기는 완전한 균일 상태를 유지하지 않도록 미묘한 조정이 필요하다. 선단 부위가 가늘면 총탄이 나가지 않고, 총구가 너무 넓으면 총탄이 똑바로 나가지 않아 명중률이 떨어진다. 총탄을 넣은 총신에서 총구의 선단부위까지 총의 구멍 안은 1000분의 1밀리의 오차도 허용하지 않는 고도의 정밀도가 요구된다. 이러한 정밀도를 확인하면서 정확하게 구멍을 파고, 오차를 완벽하게 수정하는 것도 역시 숙련공의 손에 맡겨진다.

#### (4) 향후 전망

이러한 고도의 기술력을 가진 숙련공들의 기술은 사내 교육을 통해 다음세대로 이어진다. 도제 형태에 가까운 엄격한 훈련을 통해 젊은 기술자가 육성되고 있다. 안심하고 기술연마에 전념할 수 있는 작업환경을 만들어 놓은 것이 젊은 기술자가 자연스럽게 유입되는 원동력이 되었다.

미로쿠는 총포류 제조 기술을 바탕으로 정밀기계 분야와 자동차 부품 제조 분야에도 진출했다. 기존에 보유하고 있는 기술을 최대한 활용한 이러한 사업다각화 전략은 회사의 규모를 짧은 기간 동안에 크게 확장시키는 데 중요한 역할을 했다. 지금은 오히려 정밀기계와 자동차 부품의 매출이 총포류 매출을 크게 앞지르고 있다.

특히 정밀기계 제조에서는 탁월한 기술력과 판매방법이 돋보인다. 한번에 여러 개의 구멍을 동시에 뚫을 수 있는 가공기술을 인정받아 기계수요가 급속히 늘어나고 있다. 한편 단순히 기계만을 판매하고 거래를 끝내는 것이 아니라, 기계의 사용방법도 정기적으로 가르치는 고객 밀착형 영업을 하면서 매출이 꾸준히 증가하고 있다.

“우리가 다루는 제품은 금속, 목재, 플라스틱 조각을 그냥 조립하면 만들어지는 제품이 아닙니다. 만드는 사람의 신념과 집념을 어떻게 제품에 쏟아 넣어, 수작업만이 할 수 있는 따스함과 부드러움을 반영시켜 나갈까..... 이것이 우리들의 영원한 테마입니다.” 미로쿠의 홈페이지에 공개된 회사소개의 첫 문장이다. 보여주기 위한 문구가 아니라 실제로 실천에 옮기고 있는 사실을 적어 놓은 것임을 알 수 있다. 미로쿠는 분명 기술력으로 무장한 기업의 경쟁력은 쉽게 무너지지 않는다는 진리를 깨우치는 기업임에 틀림없다.

#### <참고자료>

미로쿠 홈페이지(<http://www.miroku-jp.com>)

木村元紀(2005), 『中小企業ですがものづくりでは世界でトップです』, 洋泉社.