

노다가쿠세이샤[[株]野田鶴声社] 호루라기도 고급이 있다

(1) 기업개요

소재지	東京都葛飾区亀有3-2-17
설립연도	1919년 창업
분야	경기용 호루라기 제조 판매
URL	http://homepage2.nifty.com/nodakakuseisha

(2) 생산 제품

수 만 관중의 우렁찬 함성 속에 월드컵 첫 경기가 시작된다. 그 시작을 알리는 것은 심판의 호루라기 소리다. 함성 속으로 호루라기 소리기 묻혀 버리면 선수는 경기를 시작할 수 없다. 우레와 같은 그 함성을 뚫고 호루라기 소리는 운동장 전체에 울려 퍼져야 한다.

때로는 십만을 넘기는 관중의 응원 소리에도 불구하고 호루라기 소리가 멀리까지 울려 퍼질 수 있는 비결은 호루라기 안에 있다. 안에서 굴러다니는 코르크 볼에 의해 불규칙한 공명이 만들어지기 때문이다. 보통은 스펀지 볼을 사용한다든지 전혀 아무것도 사용하지 않기 때문에 스펀지가 타액을 흡수해 움직이지 않게 되어 소리가 단조로워지기도 한다. 세계적인 축구경기의 심판들이 즐겨 사용하고 월드컵에서 여러 차례 공식 지정된 호루라기를 제조하는 일본 회사가 노다가쿠세이샤(野田鶴声社, 이하 노다)이다.

노다는 도쿄 주택가 한편에 위치한 종업원이 불과 5명밖에 안 되는

영세기업이다. 그러나 이 회사가 만드는 호루라기는 음식, 디자인, 내구성 어느 것 하나 세계적 수준에 미치지 못하는 것이 없다는 평가를 받는다. 또한 세계 각국의 심판들로부터 절대적 지지를 받고 있다. 그래서일까 이 회사는 자사의 홈페이지 메인화면을 ‘세계를 심판하는 소리’라는 문구로 장식하고 있다.

(3) 성장과정

지금이야 세계적인 기술력을 인정받는 회사로 성장했지만 그 성장과정은 결코 평탄하지 못했다. 1919년 노다는 하모니카, 피리 등 음향완구를 북미로 수출하는 전문업체로 출발했다. 2차 세계대전 이전부터 일본은 완구를 세계시장으로 수출했다. 그 중심에 노다가 위치한 도쿄의 가즈시카(葛飾)가 있었다. 가장 왕성한 대외수출 실적을 기록하던 때가 전후부흥기부터 엔화가 변동환율제로 이행하면서 엔화가치가 급격히 상승하기 직전이었던 1970년대 중반까지였다. 그러나 그 이후 일본의 완구 수출은 엔고 현상으로 국제경쟁력을 상실했다. 옆친 데 겹친 격으로 인건비도 가파른 상승세를 이어갔다. 저렴한 노동력과 수출에 의존했던 당시 일본의 완구회사의 대부분은 사업을 축소하고 다른 분야로 업태전환을 서둘러야만 했다. 현재 가즈시카(葛飾)에 남아 있는 완구회사는 몇 개에 불과하다. 노다 역시 새로운 전환의 계기를 맞이하기 전까지는 이런 회사와 크게 다르지 않았다.

1968년 노다에게 새로운 기회가 찾아왔다. 수출 창구 역할을 해주던 종합상사를 통해 미국의 바이어로부터 견본으로 호루라기 천개를 내일까지 만들어달라는 주문을 받았다. 소재로 청동을 이용하는 것이 조건이었으나 철야작업 끝에 주문량을 무사히 납품했다. 이 거래를 계기로 노다의 이름은 미국의 관련기업들에게 알려졌고 다른 회사와 종합상사로부터 주문이 쇄도했다.

미국을 중심으로 수출이 순조롭게 증가하면서 사업규모도 자연스럽게 확대되었으나, 1970년대 중반 엔고현상으로 수출대상 지역을 유럽으로 옮기는 작업을 서둘러 시행해야 했다. 이 무렵 독일에서 열린 운동기구 국제전본시에 참여하면서부터 완구용 호루라기에서 경기용 고급 호루라기로 제품전환이 이루어졌다. 당시 프랑스의 최대 스포츠메이커와 거래 성사가 이루어졌고, 연이어 이탈리아 등의 축구 강국의 유럽 여러 나라로부터 주문을 받았다. 유럽의 심판들로부터 품질에 대한 높은 평가를 받으면서 노다의 호루라기는 유럽 각국의 축구경기에서 사용되었다. 이러한 유럽에서의 탁월한 실적은 세계적 이벤트인 월드컵에 공식 호루라기로 인정받는 계기가 되었다. 유럽 시장으로 팔려나가는 제품은 모두 프랑스에 거점을 두고 있는 총판대리점 Sampic사를 통해서 이루어지고 있다. 현재까지 이 거점을 통해서만 1,500만개 이상의 수출실적을 거두었다.

그러나 이렇듯 해외에서 점차 시장을 확대시켜 나갔지만 정작 일본 국내시장에서는 노다의 호루라기는 인정받지 못하고 있었다. 일본에서 사용되고 있던 경기용 호루라기는 축구의 본고장 유럽에서 수입되는 것이었기 때문이다. 즉 고급 호루라기로 취급되던 것은 대부분 수입에 의존하고 있었다. 그러나 유럽에서 일본으로 수입되던 호루라기가 노다가 수출한 것이라는 것이 일본의 관계자들에게 알려지는 데는 오랜 시간이 걸리지 않았다.

(4) Only-One 기술

세계 각국에서 노다의 호루라기를 사용하고 있는 것은 음질이 뛰어나다는 것이 가장 중요한 이유이다. 보통 호루라기는 아무리 불더라도 노다 제품처럼 고음을 낼 수 없다고 한다. 축구 경기에서 수만 관중이 일제히 환성을 지르고 선수들은 고도로 흥분한 상태에서 경기를 한다. 이런 와중에 뻘~~하는 고음의 날카로운 소리를 낼 수 있어야 호루라기의 역할을 다할 수 있다. 뿐만 아니라 심판은 선수와 함께 그라운드를

90분 동안 쉬지 않고 뛰어 다닌다. 거친 숨을 내쉬면서도 호루라기를 불어 날카롭게 소리를 내야하는데 노다의 호루라기는 어렵지 않게 소리를 만들어낸다.

그 비결은 바로 호루라기의 구조에 있다. 입으로 분 바람이 소리를 만들어내는 부분에 너무 많이 들어가도 너무 적게 들어가도 좋은 소리를 낼 수 없다. 그러나 노다의 호루라기는 가장 적당한 정도의 바람이 들어가 가장 높은 음을 만들어낼 수 있는 구조로 설계되어 있다. 해외의 관련기업들이 흉내 낼 수 없는 몇 십 년의 기술 노하우가 있기에 가능한 일이다.

노다가 경기용 호루라기 제조에만 전념한 것이 30년이다. 그 이전부터 계산하면 약 70년 이상을 음향완구 제조에 매달려왔다. 노다의 위상은 오랜 세월 한 가지 일에만 매진한 결실일지도 모른다. 보통 사람은 들어도 모를, 미묘한 호루라기의 음을 조절할 수 있는 기능공의 손에 의해 만들어지는 최고의 제품을 노다는 구현해 내고 있다.

스포츠용품의 일부에 지나지 않는 호루라기는 전 세계적으로 보더라도 결코 큰 시장이 아니다. 더구나 노다와 함께 고급제품을 놓고 치열한 시장 경쟁을 하고 있는 유럽의 업체들은 여전히 건재한 상태이다. 작은 시장이지만 고집스럽게 수 십 년을 지켜온 기술을 바탕으로 앞으로 노다가 펼쳐 보일 사업전개가 기대된다.

<참고자료>

노다가쿠세이샤 홈페이지 <http://homepage2.nifty.com/nodakakuseisha/>

日本經濟新聞 2000년 5월 27일자와 1989년 7월 9일자

黒崎誠(2003), 『世界を制した中小企業』, 講談社 現代親書.