

모비딕[モビーディック] 작은 시장을 독점하는 방법

1) 기업개요

- 소재지 : 宮城県石巻市鹿又字嘉右衛門345
- 분 야 : 스포츠용 잠수복 제조 판매
- U R L : <http://www.mobby.co.jp>

2) 기업 소개

□ 배송기간 만큼은 업계 최단시간

- 이 회사는 스쿠버다이빙과 서핑과 같은 해양 스포츠용 잠수복을 제조하여 판매하고 있음
- 스쿠버다이빙 관련해서는 일본 국내시장 점유율이 25%이상으로 정상의 자리에 있으며, 이를 포함한 해양 스포츠 전체의 시장 점유율도 19%에 이름
- 자사 브랜드인 ‘모비즈(モビーズ)’는 개별주문에 의한 제작 방식으로 고객들의 다양한 요구를 수용하여 맞춤형식의 상품개발을 주로 하고 있음
- 2003년에는 의복해부학에 정통한 교수들과 공동으로 착용감과 운동성을 향상시킨 잠수복을 개발하여 출시하는 등 전문적이고 다양한 제품개발에 힘쓰고 있음

- 주문에서 배송까지의 걸리는 시간은 업계 최단으로 ‘일요일에 제품을 주문하면 다음 일요일에는 바다에 나갈 수 있다’는 점이 고객들로부터 큰 호응을 얻고 있음
- 또한 온라인에서 시뮬레이션 프로그램을 사용하여 직접 잠수복을 디자인 할 수 있는데, 고객이 주문하기 전에 마음에 드는 잠수복의 이미지를 쉽게 떠올릴 수 있게 하기 위해서 개발한 서비스라고 함
- 기존의 시뮬레이션 프로그램은 실제 사진형태로 표시하는 것이 아니었기 때문에 완성품과는 다소 색상의 차이가 있었으나, 모비딕은 사진 데이터 기반 형태로 이 문제를 해결하였음
- 시뮬레이션 속 제품과 실제 제품의 색상 차이가 있었던 타사 제품과는 달리 모비딕의 소프트웨어는 사진 데이터를 기반으로 하여 색상의 차이가 적고 현실적인 시뮬레이션이 가능한 것이 장점임
- 이러한 일관된 고객 우선주의가 많은 모비즈 애용자를 낳는 요인이 되고 있음

□ 유럽 업체와 제휴하여 상품을 확충

- 2004년 12월 이 회사의 매출액은 13억 5000만 엔으로, 전반적으로 해양스포츠 용품 시장이 위축된 상태로 좀처럼 성장하지 않는 상황이었음
- 이 업체는 위축된 시장에 대응하기 위한 해결책으로 호흡기나 수심 게이지 등을 취급하는 유럽 업체와 업무를 제휴하고 상품을 확충하면서 서로를 보완하는 전략을 시도하였음
- 2006년 3월부터 유럽 업체의 제품들을 일본에서 대리 판매하는

방식으로 자사 제품을 포함하여 보다 다양하게 판매 상품의 폭을 넓혀 가고 있음

- 현재 모비즈는 일본 전역에 약 1000개의 점포수를 갖고 있으며 그중의 약 절반의 점포에서 자사 잠수복등과 함께 수입제품을 판매하고 있음
- 한편 모비즈는 그동안 해외에서의 현지 법인을 통한 직접 판매 방식 취하고 있었으나 이를 대리점에 위탁 판매하는 형태로 전환하였음
- 모비딕은 지금까지 자사의 해외 현지법인을 통한 직접 판매 방식으로 이탈리아, 독일에서 정상의 자리를 지키고 있으나, 이 보다 더 큰 시장을 가진 미국에서는 4~5위의 시장점유율로 부진하고 있었음
- 그래서 유럽뿐만 아니라 미국에도 강력한 판매기반을 갖춘 업체와 제휴를 통해 점유율 확대를 시도하고 있음

□ 성공 요인

- 유럽의 장비 제조업체와 업무 제휴는 단순히 상품의 폭을 넓히기 위한 것만은 아니었음
- 미국과 유럽 등 해외 시장에서는 잠수복에 필요로 하는 구성요소가 일본과는 다소 차이가 남
- 장비 제조업체에 판매를 위탁하는 것은 지금까지 고객의 요구를 제대로 파악하고 제품 개발에 전념해 온 모비딕에게 새로운 상품개발의 가능성을 의미함