

면방적의 편성지부문

부인복 의존도 계속 상승

일본의 시끼보, 후지보, 가네보 섬유, 신나이가이면, 오미겐시, 도호텍스타일 등 면방적 회사들은 편성지(編成地)부문에서 부인복 시장에서의 의존도가 더욱 커지고 있다. 그러나 예외로서 닛신보는 어린이 옷 용으로, 구라보와 다이와보는 신사용의 매상고가 편성지부문에서는 가장 큰 비중을 차지하고 있다.

각 사의 편성지 판매부문의 판매실적(봉제하청분도 포함)중 부인복 시장 판매량의 구성비를 보면, 오미겐시는 20%, 도호텍스타일과 시끼보는 35%, 후지보와 가네보 섬유는 각기 40%를 차지하고 있으며, 신나이가이면에서는 65%가 부인복 시장판매량으로 되어있다.

면방적의 편성지부문에서는 10여년전만 해도 매상의 대부분이 폴로·셔츠(polo-shirts)를 비롯한 신사용 소재가 주축을 이루고 있다. 그러나 버블(bubble 거품)이 꺼진 후로 가격경쟁이 심해지자 신사복도매상이 봉제거점을 해외로 옮기면서 소재도 점차 현지에서 조달하기 시작하였다. 주요 고객을 해외로 잃게 된 방적회사는 봉제하청기능을 강화하거나, 시급히 다른 시장을 개척 확대하게 되었다. 그러나 방적공장의 편성지부문들은 사업환경이 급격히 변화하는데 적응하지 못하여 대부분의 편성지부문은 적자를 보게 되었으며, 현재도 적자 상태를 극복하지 못한 공장도 있다.

이런 상황을 극복하기 위하여 많은 편성지 부문들이 부인복 분야를 개척하고 확대하여야 할 시장으로 지목하고, 비교적 고가의 편성지를 사용하여야 하는 중고령 부인복을 적극적으로 개발하였다. 그런데 부인복업계는 납품기

한이 엄격하여 “수주 후 편성부터 시작하는 경우에는 염색단을 납품하는데, 1.5개월의 기한이 있으면 고마운 편”이며, 보통은 “수주하여 비축해 둔 편성 생지를 2주일 후에 염색단으로 납품하는 것이 관례”로 되어 있다.

이와 같이 납기가 엄격하면서도 수주(受注)량은 갈수록 적어지고 있다. 그러나 이들의 엄격한 요구가 오히려 일본 내 방적회사들이 해외의 여러 기업들과 경쟁하여 이길 수 있는 유리한 조건으로 되고 있다.