시키보 제품 제2사업부의 2004년도 판매 목표

- 10% 증가한 60억엔

시키보의 제품 제2사업부는 시키보와 관련이 있는 그룹 회사와의 밀접한 관계를 더욱 강화함으로써 2004년도에는 연결 베이스로 2003년도보다도 약 10% 증가한 "판매고 60억엔과 경영 이익 1억엔"을 사업 목표로 하고 있으며, 이를 더욱 발전시켜 2006년도까지는 판매고 100억엔 규모에 도전하기로 하였다.

이 사업부는 2004년 4월에 기구 개혁에 따라 새로 발족하였으며, 7명 체제로 되어 있다. 사업은 이 사업부의 전신인 제품부의 업무를 인수받아 추진하고 있다. 기업에 대한 평가가 연결 결산을 중요시하는 방향으로 바뀌는 데 맞추어 기구 개혁이 이루어졌다. 그룹 회사를 한 곳에서 관리하게 되어 일체감을 강화하고, 자가 생산 자원(自家生産資源)을 완전히 활용함으로써 시장 대응력을 높이는 것이 목표이다.

통괄되는 그룹 회사는 인도네시아의 멜텍스와 머메이드 가먼트의 니트 부문, 상하이 시키보, 머메이드 어패럴, 머메이드 니트, 시키보 물류 시스템의 6개 회사이다. 생산 규모는 인도네시아, 상하이, 일본 내를 모두 합쳐서 컷소(cut-sew)로 환산하여 약 30만 매가 된다.

사업은 자사 브랜드와 주문자의 브랜드 생산인 OEM 방식에 의한 섬유 제품 사업이 중심이 된다. 2003년도에는 인도네시아의 공장들이 고전하였는데, 그 동안의 양산형 생산에서 일관형의 장점을 살린 톱 브랜드(top brand) 방향

으로 생산 체제를 바꿔 나가는 작업을 추진하였다.

상하이 시키보에는 16개 라인의 봉제 공장이 있어 규모가 큰 어패럴 기업과의 사업을 주로 추진하여 왔다. 아키다(秋田)에 2개의 봉제 공장, 이와데(岩手)에 1개 봉제 공장을 갖고 있는 머메이드 니트에서는 양판점에서 직판할 제품이나 SPA(제조 소매업) 방식으로의 판매를 추진하고 있다.

일본 내·외에서의 사업 분담은, 일본 내에서는 생산 코스트를 비교하면서 소로트, 고부가가치 상품을 담당하고, 해외에서는 값싼 제품을 생산한다는 것이 일반적인 생각이나, 가급적 시장을 의식하지 않고, 부가가치보다도 일본 내에서의 유통에 있어서 판매장 직결형 QRS(quick response system, 생산·판매·재고의 신속한 정보에 의한 관리 시스템)에 중점을 두고 양판점이나 큰 어패럴 기업과의 영업에 최선을 다해왔다. 그럼으로써 큰 로트의 주문을 받을 수 있게 되어, 조업도 안정이 되고 채산도 충분히 확보할 수 있게 되었다.

일본 내 생산이나 해외 생산에서도 고부가가치, 독자적인 개성이 뚜렷한 상품을 생산하여 “메이드 인 시키보(Made in Shikibo)”라는 회사 브랜드에 걸맞는 품질을 철저하게 지키고 있다. 이러한 회사 방침에 공감하는 거래선과의 연계를 깊게 함으로써 다른 동업자에 대한 차별화도 명확하게 될 것이다.

♣