닛신보 니트부 - 소재부터 차별화한 이너로 흑자화

닛신보의 니트부는 소재부터 차별화한 이너(inner)로 2004년도 하반기의 영업 실적을 흑자화하려고 총력을 기울이고 있다. 닛신보는 “세탁하여도 줄지 않는다”는 뜻을 담은 “지지미마센(洗)” 상표를 붙인 속옷을 5월말부터 “쟈스코”의 모든 판매점에서 캠페인을 실시하고 있으며, 또한 중국의 칭다오(青島) 지역에 봉제 거점을 만들고 이너와 트렁크스(trunks, 운동용 팬츠)의 OEM(주문자 브랜드 생산) 공급도 추진하고 있다.

니트부의 판매고는 유아・아동복이 30%로 가장 많고, 이너가 23%, 스포츠용이 20%, 여성용이 12%이며, 나머지 15%는 신사용 캐주얼이나 잠옷 등으로 구성되어 있다.

그 중에서도 이너는 신사용이 70%로 호조를 보이고 있다. 니트부에서는 판매가 부진한 상태에서도 더 이상 줄지 않고 오히려 늘어나고 있는데, 그 이유는 소재부터 차별화함으로써 아이템(item)의 차별화가 잘 되고 있기 때문이며, 특히 니트 상품이 닛신보 고유의 특징을 잘 살릴 수 있기 때문이라고 보고 있다. 2004년 5월 초순에는 나노테크(nano-technology) 가공의 “나노사이언스(nano-science)” 시리즈를 발표하였고, 은 이온에 의한 제균 가공 “에이쥐-프레쉬(Ag-fresh)” 등의 가공과 결부시킨 니트 소재에 소비자들의 관심이 집중되고 있는 것도 판매를 돕고 있다고 보고 있다.

그러나 차별화 소재를 사용한 내의도, 판매 초기에는 한 장씩 팔다가 점차 두 장, 세 장씩 짝지어 팔고 있는데, 시일이 경과하면서 해외에서 생산하지 않으면 채산이 안맞게 되기 때문에 중국의 대규모 내의 생산 거점인 산둥성

칭다오시 주변에서 장차 생산하게 될 때를 대비하여 현지 조사를 시작하였다. 해외 생산은 신사용 내의 소재부터 봉제까지 일관 생산도 검토해 보고 있다.

이미 T-셔츠, 폴로(polo) 셔츠에서는 스포츠·어패럴 용으로 상하이 근처의 봉제 거점인 3개 공장이 있는데, 현재는 OEM 생산을 하고 있다. 니트 관련 판매고 중에서 제품 비율은 현재 10%에 불과하나 우선 15%까지 올릴 계획을 추진하고 있다. ♣