

구라보 - 후염천의 순수출 확대 추진

구라보는 2003년도까지 양적 확대를 가장 중요시하였으나 2004년도부터는 질을 중요시하면서 “구라보”라는 회사 브랜드의 이미지를 높임으로써 후염(後染) 캐주얼 천의 순(純)수출(수출한 천을 어패럴로 다시 수입하지 않음)을 더욱 확대하는데 주력하고 있다.

구라보의 면합섬사업부는 2001년도에 회사내에 관련되어 있는 여러 과(課)의 횡적인 프로젝트팀을 편성하여, 후염천의 수출규모를 2003년도에는 2000년도 실적의 2배로 책정하였었는데 2002년도에는 목표량에 약간 미달한 실적을 올렸으므로 2003년도에는 수출목표를 무난히 달성할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

그런데 가장 주요 수출시장인 미국의 시장경기가 계속 좋지 않았을 뿐만 아니라 SARS (重症急性呼吸器症候群)가 세계적으로 확산될 증후가 보여, 해외로의 발주가 주춤함으로써, 2003년도의 수출목표 달성이 어렵게 되었다. SARS 발생이 2004년 봄철 상품용 소재의 판매시기에 겹치자, 미국의 고객들이 SARS에 대한 경계심 때문에 2003년 8 9월에는 출하하여야 하는 수출이 부진하였다. 2003년 10월 후에는 2004년 여름 상품용 소재가 본격적으로 출하하여야 하는데, 이것도 그 동안의 부진을 완전히 만회하기는 어려울 것으로 보고 있다.

그러나 수출확대라는 면합섬사업부의 목표에는 변화가 없다. 그 동안 3년 걸쳐 추진해온 양적 확대는 회사내의 모든 준비가 완료된 상태이므로, 앞으로는 미국을 비롯한 해외고객들에게 중국과 비교하면 가공의 배리에이션(variation)이 풍부하다는 강점을 갖고 있으며, 유럽과 비교하면 중국에 값싸게 생산할 수 있는 거대한 생산거점을 갖고 있다는 강점을 잘 살려, 일본만

이 만들 수 있는 기술력을 충분히 발휘하도록 할 방침이다.