면방 최고 경영자와의 인터뷰 요약 (5)

시키보 - 사업성 높인 다음 “메이드 인 시키보”의 독자성 확립으로

시키보는 2004~2005년의 2개년 계획을 추진하면서 2008년도 비전(vision)을 확정하였다. 시키보가 기업으로서 바람직한 자세는 “사업이 높다”, “독자성이 있다”, “사회성이 있다”의 세 개 항목을 들고 있다. 최근 5년간에 채산이 안 맞는 부문으로부터 철수하여 적자를 청산함으로써 사업성을 높였으며, 다음 스텝(step)으로서 “메이드 인 시키보”의 브랜드 전략을 내걸고 있으면서도 독자성이라는 측면에서 타사와 분명한 차이를 내놓지 못하고 있는 점이 아직도 과제로 되어 있다. 경영 전략과 함께 개혁은 새로운 국면에 접어들고 있다.

◎ 경상 이익이 계획에 미급하나 효율화 노력

2004년의 제1/4분기에는 단체로서의 누적 손실을 완전히 정산하고, 2개년 계획을 순조롭게 출발하였는데, 제2/4분기에 접어들면서 약간의 차질이 생겼다. 그래도 전년과 비교하면, 연결이나 단체에서 모두 판매고는 전년 수준이 되었고 경상 이익은 증익을 보이고 있다. 다만 계획과 비교하면 계획을 좀 높이 책정한 탓으로 보이기도 하나 이익면에서는 계획 달성이 좀 어려운지도 모른다. 특히 인도네시아의 생산 자회사인 멜텍스의 수익 개선이 생각만큼 잘 되지 못하였다.

섬유 사업은 2008년도까지 5%의 영업 이익률을 목표로 하고 있는데, 좀더 수익률이나 자본 효율 등의 효율을 올리도록 할 필요가 있다. 성장 분야라면 판매가 올라갈수록 당연히 이익도 따라서 오르는데, 섬유와 같은 성숙 분야

에서는 그리 쉽게 안된다. 사업을 선택한 다음에는 효율이 좋게 경영하여야 한다. ① 코스트 측면은 어떤가 ② 판매량을 늘려 수입을 늘리려 하는데 그러려면 ③ 새 마켓을 개척하거나 판매가를 올리는 방안, 이들 세 개 항목을 어떻게 조화시키느냐가 포인트라고 할 수 있다. 그러한 관점에서 니트의 제품 사업은 기대해 볼만 하다. 해외에서 차별화품을 생산하고, 일본 내에서는 양판점 상대로 SPA를 적절하게 조화하는 방식으로, 일본 내외의 기업과 능숙하게 연계하며 사업을 추진하고 있다. 물론 섬유 사업 전체로도 연결 자회사와 횡적으로 연계하여 좋은 성과를 올리고 있는데, 아직은 스피드가 떨어지고 있어, 더 스피드를 올릴 필요가 있다.

시키보의 관련 회사 중에서는 "멜텍스"만이 걱정거리이다. 시키보 고난(江南)은 시키보 본사가 잘 되면 필연적으로 만드는 것도 많아지므로 그다지 걱정이 안된다. 신나이가이멘은 열심히 잘 뛰고 있어 연결에서의 공헌도 크다. 원사 판매나 중국에서의 사업 추진이 궤도에 오르기 시작한 것이 호조를 보이게 된 요인일 것이다. 2004년도 상반기의 신나이가이멘의 결산에는 볼만한 곳이 많다고 본다. 이 회사는 매사에 적극적이며, 스피드가 있다. 시키보 본체도 이에 지지 않도록 잘 해야 할 것이다.

중국 전략에서는 2005년 초기에 상하이에 섬유 제품의 중국 내 판매와 무역의 거점이 될 현지 법인을 설립할 계획을 추진하고 있다. 현재 중국의 관련 회사는 침장품을 봉제하는 "상하이시키시마가용방직(上海敷島家用紡織)", 침구 소재를 날염하는 "상하이시키시마복방직품(上海敷島福紡織品)", 봉제의 "상하이시키보복식(上海敷紡服飾)" 등이 있는데 설비 투자는 당분간 현상을 유지할 것이다.

비섬유 사업에서는 산업 자재 분야가 원유 가격의 급등으로 코스트가 앞

으로 오를 터인데, 판매 가격을 그만큼 올릴 수 있으면 좋겠으나 쉽지 않을 것이다. 시키보전자는 예상만큼의 이익까지는 기대하기 어렵지만 오차 범위 안에는 들고 있다. 프린트 기판도 판매량은 늘고 있지만 단가가 떨어져 판매고가 생각만큼 오르지 못하고 있다.

◎ 배당 부활의 책임감과 새로운 기업 전략

기타 사업 중 화성품부(化成品部)의 유리 섬유 집속제는 일본 내 수요의 반 이상을 차지하고 있어 앞으로의 기대 분야로서 2004년도 하반기부터는 큰 기둥의 하나가 되는 사업으로 인정받게 되었다. 섬유 사업에서는 유일하게 브랜드 “바바르”를 어떻게 하느냐가 과제로 되어 있으며, 2005년에는 흑자를 전환하도록 노력하고 있다. 전체로는 계획된 수치에 미달인지 몰라도 2005년도에는 계획 초의 목표치까지 회복할 예정이다.

시키보의 경영 형태는 주주 구성이 안정 주주가 10% 정도이며 부동 주주가 많은데, 회사 경영에 압박 받겠으나 압박으로 여기지 않고, 오히려 이에 견딜 수 있게 경영하면 경영력이 커진다고 생각한다. 해외의 주주도 3배로 늘었는데, 해외 투자자들은 단기 이익을 중요시하는 경향이 강한만큼 당사로서도 단기 이익을 중요시 할 필요가 있다. 물론 장기 비전도 견고한 상태로 만드는 것이 책무이다. 어찌되었건 앞으로의 경영은 점점 심각하게 될 것이다.

그런 뜻에서도 2006년 3월기의 주배당 부활은 회사로서 주주에게의 중대한 공약이다. 배당을 부활하면 앞으로도 계속되어야 하고, 배당금도 점차 늘어나야 할 것이다. 배당을 부활하는 데 대한 묵직한 책임감을 충분히 각오하고 있다. 이를 위하여는 연결 누적 손실을 빨리 완전히 없애야 한다.

단기 과제와 중장기적인 전략이 밸런스를 잡으면서 사업 내용의 효율성을 중시해야 한다. 시키보는 이미 아시아로의 순수출도 적극적으로 추진하기 시작하였으며, 신소재 개발에서도 일찍이 유명한 어패럴이 시키보의 “아제크” 등을 소재로 채용한 것이 실마리가 되어 업계에 널리 알려지게 되었으며 1999년에 굿 디자인상을 받았다. “아제크”는 특수 원면으로 혼방률이나 번수가 서로 다르게 뽑은 방적사로 경ㆍ위에 규칙적으로 최적 배열한 “아제쿠라” 조직으로 제직한 텍스타일로서 기능성이 우수하고 높은 평가를 받고 있다.

수출용으로는 “서모 스톡”, “슈퍼 아니엘 9”, “캐리비안 코튼”, “LS-Y”, “멜마”, “차바 프레시”, “우리안트 α 화이트” 등이 모두 “메이드 인 시키보” 브랜드에 적합한, 독자적인 상품들이다.

앞으로도 더욱 새로운 상품을 개발하고 경영 수법에서도 창조성을 키워야 한다. 효율성과 창조성은 원래 서로 반대되는 것인데, 이들을 동시에 추구하면서 “메이드 인 시키보”는 다른 기업과 어디가 다른가하는 독자성도 명확히 하여야 할 것이다.♣