시끼보 중점사업의 성장전략

국내외 거점의 연결적 사업 추진

◎ 섬유사업본부의 사업현황

시끼보의 섬유사업부문 중 방적부문은 일본내에 직영 방적공장인 도야마(富山) 공장과 시끼보 고오찌(高知)에서 사업을 잘 추진하고 있어, 2003년도 제1, 2사분기(四分期)의 경상손익단계(經常損益段階)에서 전년도와 같이 흑자를 보이고 있다. 이들 공장은 완전가동하고 있으며, 소로트, 다품종, 단납기 생산으로 생산품종을 수없이 자주 교체하고 있는데도 순조롭게 효율적으로 관리되고 있어, 고객으로부터 호평을 받고 있는 앞으로도 무난히 좋은 사업실적을 올릴 수 있을 것이다.

직물부문은 니트부문만큼 침체되어 있지는 않지만 시장환경이 상당히 어려운 상황이며, 일본내의 시끼보 고오난(江南)을 중심으로 고급소재, 차별화 소재 등을 고객들에게 적극적으로 제안함으로써, 사업계획에 비하면 감수(減收)이면서도 수익(收益)은 증액될 것으로 보인다.

인도네시아의 멜텍스(Mertex : Mermaid Textile)의 직물생산은, 예전에는 계속 생산되고 있는 규격품을 어느 정도의 생산 코스트로 안정된 품질의 직물을 생산하고만 있으면 그런 대로 이익을 확보할 수 있었다. 요즈음의 사업환경은 그리 쉽지가 않아 생산품종도 보다 고급기술이 필요한 상품, 품질수준이 높은 상품으로 바뀌고 있다. 멜텍스는 그 동안 주상품으로 엷은 면 · 폴리에스터 혼방직물을 생산해오고 있는데, 지금은 점차 순면직물이나 유니폼용의 두꺼운 직물도 생산하게 되었다. 지금의 직물생산 규모는 약 200만야드(yard)

이며, 지금은 그 중 약 10%가 차별화상품으로 되어 있는데, 앞으로는 25 30% 수준까지 증가시킬 예정이다.

멜텍스는 제직뿐만 아니라 니트지(knit地)도 일관생산할 수 있는 강점을 살려 새로운 소재를 시장에 순조롭게 제안하고 있으며, 2002년 10월에는 시끼보 고오난의 니트사업을 담당하고 있는 본사의 니트부문에 해외에서 생산되는 니트제품을 기획관리할 "해외기획과(海外企劃課)"를 신설하고, 이 과를 중심으로 니트부문도 멜텍스의 니트생산과 "머메이드 어패럴(Mermaid Apparel)" 등의 니트관련 그룹회사와 연결시켜 인도네시아에서 니트제품의 생산을 강화하고 있다. 이와 같이 인도네시아에서 생산된 니트지를 중국의 관련 봉제공장에서 봉제하여 제품을 일본으로 수출할 수도 있고 중국 내수시장에서 판매함으로써, 가장 침체되어 있는 니트부문의 사업을 착실하게 활성화하고 있다.

그 동안 멜텍스는 적자를 보이고 있었는데, 2003년도 안에 단월 베이스(單月 base)로 흑자가 되도록 최선을 다하고 있다.

침장(寢裝)부문은 사업계획에 비하여 대체로 무난한 사업실적을 보이고 있는데, 초가을의 판매실적에 따라 전년보다는 조금 감수(減收)될 수도 있을 것 같다.

2003년도 중간기 섬유사업부문의 업적을 보면 제1사분기(4 6월)에는 사업계획을 약간 웃도는 실적을 보이고 있지만, 제2사분기에는 전년보다도 날씨가 선선한 여름의 영향도 있어 판매가 부진하였으며, 특히 니트제품이 적지 않은 타격을 받아 그룹 중 가장 부진한 실적을 보이고 있다.

◎ 앞으로의 중점사업 전략

시끼보 섬유사업부문은 치열한 경쟁 속에서, 상사로부터의 지시나 명령에만 의존함이 없이 각 사업마다 차별화로 고부가가치화를 향상시켜 나가기 위하여 생산설비나 생산기능을 충실하게 함으로써, 양적인 향상보다도 질적인 “레벨업(level up)”을 추진하여야 할 것이다.

이와 같은 노력은 생산부문만의 과제가 아니고, 어떤 상품을 생산하고 어떤 신상품을 개발하여야 하는지의 아이디어는 영업부원의 몫이다. 생산공장의 활동방향은 영업부원의 방향제시로 결정되므로 영업은 공장경영의 시발점이 된다.

면제품은 실 단계에서부터 온 정성을 다 들여 만들어야만 가장 우수하고, 독특하거나 차별화시킴으로써 참된 제품을 생산할 수 있다는 인식이 확산되고 있다. 영업부원도 앞으로는 원사도 제품을 염두에 두지 않고 적당히 구하여, 사용하여서는 안된다는 의식이 확산되어, 필요한 원사는 최종제품에 알맞게 직접 최상의 조건으로 생산되어야 하므로 2002년 12월에 상품개발부 안에 소재개발과를 신설하여, 신상품을 개발하기 위하여는 소재부터 개발하게 되었다.

시끼보는 얼마 전에 “패션의류부(Fashion 衣類部)”를 만들고 시끼보만의 패션을 의식한 소재로 만든 신상품을 개발하려 하고 있다. 이러한 신상품은 시끼보만의 차별화된 제품으로서 고객을 확보할 수 있어야 하는데, 점차 고객이 많아지고는 있지만 아직은 초입의 진통단계에 불과하며, 앞으로 시끼보만의 신소재, 시끼보만의 신상품을 얼마나 개발해 낼 수 있느냐가 중요하다.

시끼보의 섬유사업본부는 생산거점을 일본뿐만 아니라 중국, 인도네시아,

타이 등에 갖고 있는데 그 동안 이들 거점의 생산기능이 각기 달라, 일본내의 공장에서 생산된 소재나 제품의 품질은 “메이드 인 시끼보” 브랜드로 호평을 받고 있지만, 해외의 거점에서 생산된 제품들은 아직 그 수준정도에는 못 미치고 있었는데, 앞으로는 시끼보의 섬유사업본부를 사령탑으로 일본내 공장과 해외의 각 거점을 긴밀하게 연동시켜, 원료에서 시설, 기술, 디자인, 관리 등까지 완전통일하여, 어느 거점에서 생산되는 “메이드 인 시끼보”의 상표를 붙일 수 있도록 상향평준화를 작업중인데, 점차 그러한 단계에 접근하고 있다. ♣