

닛신보 - “닛신보” 브랜드 셔츠를 효시로 제품사업 강화

닛신보는 2004년 4월부터 “닛신보”라는 회사명을 브랜드로 한 셔츠를 양판점의 판매대에 진열하고 판매하기 시작하였다. 봉제나 물류업무는, 관련회사인 “나이가이 셔츠”에 위탁하며, 판매도 “나이가이 셔츠”를 대리점으로 활용하고, “나이가이 셔츠”가 충분히 확보하고 있지 못한 판로는 닛신보가 직접 도매하기로 하고, 장차는 닛신보도 소매사업에 참여하는 것을 검토하고 있다.

닛신보는 셔츠와 니트제품분야에서 봉제품의 비중을 높일 방침을 세우고 있다. 앞으로는 고객이 소재를 봉제품으로 납품해 주기를 원하는 경우에는, 적극적으로 고객의 요망을 받아 들이고, 나이가이 셔츠나 닛신보가 제1주주로 되어 있는 Choya 등과 공동으로 신제품을 개발하기도 하고 공동판매도 강화할 계획이다. 닛신보가 회사명을 직접 내세운 “닛신보” 브랜드의 셔츠를 판매하기 시작하였다는 것은, 회사명 브랜드의 효시라 할 수 있으며, 닛신보가 회사의 명예를 걸고 주도권을 활용하여 제품사업을 본격적으로 추진하겠다는 의지를 보여준 것으로 볼 수 있겠다.

제품사업 강화방침의 하나로서 나이가이 셔츠도 닛신보의 셔츠사업에 참여하여 일부분을 담당하고 깊은 관계를 맺으며, 필요하면 닛신보의 출자비용을 올리고 닛신보의 인원을 파견하는 조치도 고려하고 있다.

나이가이 셔츠는 주로 양판점판매를 담당하고, Choya는 백화점에 판매할 제품을 담당하게 된다. 닛신보는 앞으로 Choya의 경영을 전면적으로 하되 상근임원을 파견할 것이다.

서츠의 소매방식에 대하여는 대규모 양판점의 쇼핑몰에서 판매하는 방식도 검토되고 있다. 판매방법은 앞으로 점차 결정되겠지만 “다운스트림(downstream)”에 적극 전개하려는 구상은 이미 원칙적으로 결정되어 있어, 구체적인 실무만이 문제가 되고 있다.