

시키보 - 중국 시장 개척으로 수출 확대

시키보 유니폼 사업부는 앞으로 3년간을 목표로 판매고 중에서 수출의 비율을 50%로 올린다는 구상으로 해외 시장에서 텍스타일의 판매를 확대하며, 특히 중국 현지 기업에의 판매를 추진하고 있다. 일본 내 시장으로의 텍스타일 판매는 유니폼 분야를 강화하면서, 셔츠에서 캐주얼 분야로 옮김으로써 수익을 확대할 예정이다.

이 사업부의 2005년도에 대한 사업 전망은 2004년도 실적과 비교하여 수익은 증가할 것으로 보고 있으나 판매고를 유지하는 것은 쉽지 않을 것 같다고 보고 있다. 이 사업부의 판매고 중에서 셔츠의 비율은 약 20~25%이다. 일본 내 시장이 매우 불투명하여 판매가 부진한 셔츠지·텍스타일 분야 사업을 재구축하여 다음 해를 위한 준비를 추진하고 있다.

이미 캐주얼 분야의 일본 내 시장으로의 판매는 조금씩 호전하고 있다. 초장면 “카리비안 코튼”이나 특수 스트레치 “뉴피 왈” 등의 소재가 여성용 블라우스지로 채용되었으며, 앞으로 아우터, 팬츠용의 두꺼운 소재의 판매에 주력할 것이다.

한편 중국 내 판매의 발판으로서 2004년에 “중국 선전(深圳) 국제 품패(品牌) 복장 복식 교역회”와 “인터 텍스타일 상하이전”의 전시회에 출품하여 중국 기업에 대한 지명도를 올려왔다. 2005년 3월말에 열린 “인터 텍스타일 베이징전”에는 처음으로 출품하였다.

상하이전 등에서는 관람자와 스와치(swatch)의 요구가 너무나 많아 뿌듯한

느낌을 받기는 하였지만, 아직은 판매를 준비 중이며 판매로까지 이어지지는 못했다는 것이 현실이다. 셔츠감만 어필하였는데도 소재의 좋은 점을 100% 이해해 주는 사람은 적었다고 반성하면서 베이징전에서는 전시 내용이나 수법을 바꾸어 셔츠감뿐만 아니라 캐주얼용의 두꺼운 소재, 유니폼 소재도 어필할 생각이다.

중국의 생산 거점을 활용한 중국 내 판매의 공급 루트는 정비 중이다. 사업에서 직포·정리 가공까지의 설비를 갖고 있는 현지 자본 기업 두 회사와 제휴하여, 일본계 중국 봉제 공장에 천을 공급하고 있다. 일본으로부터 “카리비안 코튼”이나 타이시킴보로부터 이집트 초장면으로 뽑은 “골드나일” 등의 특화 원사를 공급해줌으로써 메이드 인 시킴보의 부가 가치를 높여, 다른 중국 제품과 차별화된 제품을 만든다.

유니폼 사업부에서는 인도네시아의 멀텍스나 시킴보고난(江南)의 설비도 포함하여 중국 내 판매를 위한 생산 체계는 거의 준비 되었다고 보면서도 판매 체계를 앞으로 어떻게 할 것인가가 과제라고 지적하고 있다. 중국 시장에 적합한 판매 수법을 찾고 있다. ♣