

닛신보 등의 유니폼 감 - 원·연료 인상따라 값 올릴 방침

닛신보는 2006년 10월에 출하되는 것부터 유니폼감의 값을 올리겠다는 것을 밝혔다. 2006년 8월 하순부터 비축 어패럴의 값 인상 교섭을 시작하였는데, 인상 폭은 각기 다르며, 원료 및 연료의 값이 인상되는 데 따라 품목마다 다르므로, 폴리에스터 고율혼(高率混)의 값이 크게 오를 것 같다. 닛신보의 발표에 의하면 합섬, 면 방직의 내년 춘하절용 유니폼감의 가격 인상 방침은 거의 확정된 상태이다.

닛신보가 유니폼감의 값 인상을 단행하게 된 것은 원료 및 연료 값이 올라 폴리에스터 장·단섬유의 가격 인상이나 염료, 연료 가격이 오르는 데 따라 염색 가공자의 채산이 악화하였기 때문이다. 이는 각사가 모두 공통되는 요인이며, 원단 값을 종전대로 유지할 수 없는 상황이다. 일본 내 생산을 유지하기 위하여도 가격 전가는 필요하다고 판단하고 있다.

닛신보의 유니폼감 판매는 2006년 상반기에 2005년보다도 판매액은 증가하였어도 이익은 적어질 전망이다. 이익이 감소한 것은 원·연료 값이 크게 올랐기 때문이다. 하반기에는 적극적으로 가격 전가함으로써 전년 수준의 판매 실적과 이익을 확보하려고 하고 있다. 또한 어패럴로부터 좋은 평가를 받고 있는 것은, 닛신보다운 소재를 제안하고 있기 때문이며, 2007년 춘하절용으로도 차별화 소재를 충분히 늘려나갈 계획이다.

중점 소재는 “실×제직×가공”을 짜맞춘 기능 소재 기획 “쿨 트라이앵글 (Cool Triangle)”이다 양감(凉感 ; 시원한 느낌)을 테마로 각종 소재를 사용하였으며, 롱 셀러 상품으로 키우고 싶다는 뜻을 품고 있다.

이 기획에서는 다층직 조직으로 흡습 속건성이나 직물 조직으로 촉감이나 질감을 해치지 않으며 통기성을 만들어 낸 “쿨 메소드(Cool Method)” 등을 새로 개발하여 상품화하고 있다.

생산 면에서는, 인도네시아의 방직 자회사인 니카와 텍스타일 인더스트리, 직염 자회사인 기스텍스 닛신보 인도네시아(G&N) 등의 생산을 강화하고 있다. 2005년에는 전체의 50%를 인도네시아 제품이 차지하였는데, 2006년 11월에는 일본 내 방직 공장을 축소함으로써 3년 후에는 인도네시아 생산품이 70~80%에 이를 것으로 예상한다.

원·연료 값 인상을 배경으로 한 유니폼감의 값 인상은 도레가 2006년 7월 출하 상품부터 1m당 30~45엔(폴리에스터 장섬유 사용), 데이진 파이버도 7월 출하분부터 같은 상품의 값을 30~50엔 인상하는 발표를, 대기업인 합섬 2개사가 앞서 실천하였다. 그 후 구라레 트레이딩이 10월 출하분부터 전품종을 일률적으로 10% 값을 인상한다는 것을 분명히 하였다.

도요보도 값 인상 폭은 결정되지 않았지만 2007년 춘하절용 소재부터 값을 인상한다는 방침을 밝히고 있으며, 유니치카 텍스타일도 값 인상을 검토하고 있다. 그 동안 구체적인 움직임을 보이지 않고 있던 구라보도 코스트 상승이 염려되어 가격 전가를 검토한다고 하며, 2007년 춘하절용으로 유니폼감의 값 인상은 피할 수 없는 상황이 되고 있다. 2006년 추동절용으로는 서로의 의견이 달랐던 어패럴이 어떻게 움직일 지가 주목된다. ♣