2006년을 되돌아 본 일본 면방적

2006년은 원면이나 에너지의 값이 오르는 등 코스트가 상승할 요인뿐만 아니라, 일본 내 소재수요가 주는 등 면방적의 섬유산업을 둘러싼 환경은 어려움이 많았다. 큰 방적들의 섬유산업은 2006년 상반기에는 모든 기업들이 감익(減益)이면서, 개중에는 영업적자로 떨어진 기업도 볼 수 있었으며, 하반기에 접어들면서도 시장환경에 큰 변화가 보이지 않았고, 계속 어려운 환경에 놓여 있다라는 소리가 많이 들려왔다.

이와 같은 상황에서 섬유사업의 구조개혁이 추진되고 있다. 2006년의 화제의 하나가 일본방적협회 회원기업의 "운전가능설비 100만추 밑으로 떨어지다"였다. 공장휴업을 포함한 방적기 삭감도 여러 기업에서 볼 수 있었다. 생산체제 재검토의 움직임은 방적기뿐만이 아니라, 스판덱스(spandex)에서도 닛신보, 후지보 고사까이(小坂井), 도요보가 불채산(不採算)부문을 축소하고, 설비의 규모나 내역도 재검토하였다. 해외에서도 도요보가 출자한 유니론텍스타일인더스트리가 운전을 정지하였고, 시끼보는 봉제의 머메이드가먼트인더스트리를 해산하는 등의 움직임이 있었다.

2006년에는 이제까지의 상황을 보고, 이제까지의 경영전략을 다시 짜는 움직임도 있었고, 2007년에도 적정규모를 모색하는 움직임이 계속될 것 같다. 그 대상으로서는 방적설비 외에도, 코스트 상승요인이 많은 염색가공부문에 이목이 집중된다.

판매면에서는 제품사업이 계속 확대기조(基調)를 보였다. 비의료(非衣料)분야에의 사업추진도 적극화하였다. 비의료용도의 개척을 위하여는 상품개발이

나 판로개척을 위한 조직을 새로 만들려는 움직임이 보였으며, 이업종(異業種)과의 제휴도 추진되었다. 종래형(從來型)의 텍스타일판매가 감소경향을 보이고 있는데, 새로운 상류(商流)를 만들어 내려는 움직임이 활발화하고 있다고 볼수 있다.

다만 제품사업은 종래형의 제품OEM 채산면에서 고전하는 경향이 있다. 2007년에는 수익개선이 핵심이 되어 상품개발 등에 주력하는 움직임이 가속화(加速化)하고 있다. 또한 적극적으로 브랜드(brand)도입을 추진하는 다이와보노이, 2006년 가을에 여성용 캐주얼웨어 통신판매 카탈로그 “솔리트”를 창간한 닛신보 등의 움직임도 보였듯이 OEM이외의 제품사업도 추진되고 있다.

♣