

닛신보(Nisshinbo) - 중동으로의 텍스타일 수출, 계속 호조

닛신보의 직물무역과는 2007년 4~6월의 판매에 있어서 중동으로의 수출이 2006년보다 20%나 증가하였으며, 미국으로의 셔츠지(地)도 증가하면서 꾸준히 잘 나가고 있다. 3개년 계획 마지막 년도인 2008년말에는 직물무역과 전체 판매고가 15% 정도 증가할 것으로 예상하고 있다.

중동으로의 수출은 2006년에도 그전의 2005년보다도 30%로 크게 판매가 증가하였는데, 2007년에도 이러한 추세가 계속되고 있다. 3년전부터 이제까지 이 지역으론 정번(定番)이었던 폴리에스터 관련 소재 대신에, 면을 중심으로 한 고부가가치 제품을 소비자에게 적극적으로 권해온 것도 판매를 늘리는데 도움을 주었다. 출장을 보낼 때에는 ‘미아이(美合)’ 가공공장의 기술자를 영업간부사원과 함께 보내어, 제안력(提案力)과 QR(quick response)로 충실하게 대응하고 있다.

중동으로 수출하는 생지(生地)가공에는 일본내 2개 염색공장과 미아이(美合) 공장을 활용하고 있다. 판매를 증가시킬 때에는 이들 공장에서 가공한 것이 크게 이바지하고 있다고 한다. 현재 판매대상은 두바이가 중심이며, 사우디 아라비아가 두 번째 판매대상이 되고 있다. 앞으로는 이 지역 소재 트렌드를 파악하여 상품을 적극 개발할 예정이다.

직물무역에서 또 하나의 주요 상품인 셔츠지 수출은 미국이며, 스트레치나 기자(Giza) 45를 사용한 소재가 잘 팔리고 있다. 앞으로는 ‘프리미어 비전 (Premiere Vision)’에 출품한 것을 활용하여 유럽시장을 개척할 계획이며, 인도에의 수출도 늘어나갈 것이다. 인도의 셔츠 가격은 비싸며, ‘메이드 인 저팬’

이 높은 평가를 받고 있어 새로운 시장으로서 희망을 가질 수 있다고 보고
있다.♣