

일본 유력 소재메이커의 유니폼 사업전략

- 고코스트시대일수록 새로운 가치창조 중요

일본 유니폼 소재메이커들은 “지금 상태로는 더 이상 사업을 꾸려나갈 수 없다.”고 이구동성으로 말하고 있다. 원·연료고를 비롯한 여러 요인이 소재메이커의 수익을 어렵게 하고 있어, 유니폼사업을 계속 해야 할지 위태로운 상황에 빠져 있다. 2006년에는 많은 합섬메이커와 면방직 업자들이 유니폼 생지(生地)의 값을 올리기는 하였지만, 그 후에도 계속 코스트가 올라 시황(市況)이 호전되지 못하고 있다. 그뿐 아니라 2007년에는 양모메이커도 값을 올리려고 구체적으로 움직이고 있어 수요가(需要家)와의 교섭을 주목하고 있다.

◎ 닛신보 - 매력있는 장단복합소재의 기능 살려

닛신보는 유니폼 소재를 그동안 계속 판매하고 있는데, 2007년 상반기에도 판매를 꾸준히 늘리고 있다. 춘하절용은 쾌적한 착용감이 돋보이고 있는 소재군(素材群)의 ‘착용감 연구’나, 시원함, 상쾌감, 돋보임의 세가지 요소가 가장 잘 어우러져 소비자에게 제안하는 ‘쿨 트라이앵글(cool triangle)’의 두 소재가 꾸준히 잘 팔리고 있다.

그러나 이익면에서는 원유가격이 올라간 채 떨어질 줄 모르고, 폴리에스터 가격 상승 등으로 제조코스트가 올라 영향을 받고 있다. 또한 염료값 인상과 같은 새로운 코스트 상승요인도 생겼으나 값을 더 올리는데 대하여 “아직까지 전혀 검토도 하고 있지 않은 상태”라고 한다.

앞으로 생지판매에 집중하려 하고 있으며, “유니폼에 대해서는 어패럴이

봉제업체에서 가장 큰 상품생산 기능을 갖고 있다. 우선 생지만을 판매하며, 어떻게 소재에 수요자를 끌어들이기 위한 매력을 갖추게 하느냐가 중점이 되겠다.”고 말하고 있다. 다음 춘하절에는 계속하여 앞에서 말한 두 가지 소재에 주력하며, 그 외로는 장단복합소재를 늘리고 있다. 동사에는 예전에 장섬유과(長纖維課)가 있었으므로 단섬유에 장섬유를 합쳐 뽑을 수 있는 기반이 있다. 그러한 노하우를 살려 기능성을 소비자에게 알려줄 것이다.

또한 환경이라는 측면에서는 주류인 재생폴리에스터 가격이 대체로 상승하는 경향을 보이고 있어, 새로운 상재(商材)로서 바나나섬유를 적극 제안하고 있는데, 이를 의사나 간호원의 흰 가운이나 서비스분야 등에 2007년 가을부터 판매하기로 하는 등 꾸준히 채택이 늘고 있으며, 앞으로도 적극적으로 새로운 상품을 제안해 나갈 것이다.

◎ 도요보 - 기능 살리며 가격인상 교섭 적극화

도요보 텍스타일 사업부의 워킹(working) 서비스 그룹은 원·연료 가격이 크게 오르고, 동남아시아 여러나라의 제조코스트가 오르는 것 등으로 인해 기능소재로의 전환을 추진하고 있다. 동시에 8월부터 어패럴 업체와 가격개정 교섭을 시작하였으며, 본격적으로 수익을 개선하려 하고 있다.

텍스타일 사업부 매니저에 의하면, 수익률은 크게 떨어지고 있다. 그 요인은 모든 코스트가 오르고 있기 때문이다. 당사가 예전부터 자랑해 온 부가가치제품이 아닌 일반적인 상품 판매가 늘었기 때문이나, 최근의 상황에서도 수량은 늘었지만 금액은 그만큼 늘지 않아 수익이 크게 악화하고 있다. 그러한 상황에서 동사는 8월부터 판매대상자와 가격개정을 교섭하고 있으며, 2008년 1월부터 실시할 예정이다. 텍스타일 사업부 매니저는 “어패럴 업체가 소매로 넘기는 가격을 개정하기는 매우 어려운 줄 알고 있지만, 이대로는 사

업을 더 이상 계속할 수 있는지 위태롭다.”고 어려운 상황을 하소연하고 있다.

가격을 개정함과 동시에 기능제품으로 전환을 추진하고 있다. 일반적인 범용제품보다도 부가가치제품을 자랑해 오던 동사인데, 이러한 특징을 새삼 중요시하고 있다. 또한 자회사인 신코(新興) 산업과 제품 비즈니스에 대한 제휴를 강화할 방침이다.

◎ 구라보 - 어패럴 업체와 공동으로 신상품 개발

구라보는 앞으로, 일본내에 공장을 갖고 있는 강점을 잘 살려, 새로운 상품을 적극적으로 개발할 것이다. 어패럴 업체와 공동으로 신상품을 개발하며, 기능소재를 축으로 사업을 추진하는데 기대를 걸고 있다.

방재성(防災性) 난연소재 아크릴계 섬유 ‘프로텍스’와 미이용면(未利用綿 : 고급 장섬유면의 낙면)을 혼방한 ‘브래바노 에코’는 불을 다루는 직장에서 많이 채용하고 있다. 안전성과 환경에 알맞으면서도, 면이 아니면 볼 수 없는 착용감이 호평을 받아 별도 주문에 의한 거래나, 어패럴 업체의 정번기획(定番企劃)으로도 결정되었다.

‘바이오 네이처(Bio-nature)’는 미국 Du Pont의 ‘바이오 막스’를 원료로 사용한 신시대에 알맞은 환경배려소재이다. 흙으로 되돌아가는 섬유의 특징이, 소비자가 환경을 아끼는 마음이 높아지는데 따라 주목을 받고 있다. 작업복, 사무복, 학생복 등과 같이 폭넓은 용도로 상품화하고 있다.

식품분야의 백의(白衣)로 호평을 받고 있는 ‘아쿠아 쿨’은 접촉냉온감, 흡수속건성이 환영받고 있다.

금년 상반기는 미증수(微增收), 미증익(微増益)을 계획하고, 판매는 목표를

달성할 것으로 보고 있는데, 원·연료고 영향으로 이익면에서는 고전하고 있다. 앞으로 어패럴 업체와 개발을 강화하여 기능소재의 채용과 확대에 힘쓸 예정이다.♣