닛신보 – 변신하여 내년부터 새로운 체제로 다시 사업 착수 <2/3>

닛신보의 텍스타일 사업부에는 유니폼, 캐주얼, 침장용 직물 등을 다루는 텍스타일과(課)와 니트 텍스타일과 니트 제품을 다루는 니트과(課)가 있다. 이미 침장은 상권의 일부를 관계 회사로 넘겼으며, 니트도 채산이 안 맞는 부분의 일부 상권에 대하여는 손을 떼었다.

텍스타일 사업부의 직물이나 니트 사업에 대한 기본은 모두 선택과 집중이다. 직물은 유니폼을 중심으로 비축 워킹(備蓄 working wear :미리 생산해 놓고 파는 작업복)과 백의용으로 특화하고 있다. 당사의 면사나 폴리에스터·면 혼방사(混紡絲), 다층 구조사(多層 構造絲)들은 소재의 강점을 크게 나타낼 수 있는 분야이다. 워킹 웨어에는 환경 배려 소재(環境 配慮 素材)도 좋은 소재이다. 재생 폴리에스터나 미이용면(未利用綿)을 이제까지보다도 더 활용할 계획이다. 또한 어패럴과의 공동 기획으로 종전보다도 더 큰 성과를 올리도록 할 필요가 있다. 원·연료고(原·燃料高)로 코스트가 크게 올랐는데, 값 인상도 그런대로 점차로 반영되고 있다. 2008년기는 전기(前期)와 비교하여 판매량이 약간 증가할 것 같다.

백의는 강력한 거래선과의 관계를 강화하는 수밖에 없다. 또한 최근에는 경쟁 중인 다른 기업이 트리코트(tricot) 등을 이용한 이지-케어성(easy-care性) 등으로 인기를 끌고 있는데, 당사에서도 이지-케어성이나 내구성 또는 착용감을 향상시킨 것을 앞세워 직물로서 이 존(zone)의 소재를 개발할 예정이다. 에코(eco) 소재도 당연히 강화하여야 한다. 이쪽도 금기(今期)에는 증수 증익을 목표로 하고 있다.

캐주얼용은 역시 상권의 초점을 큰 생지상(生地商)으로 특화하도록 하려 한다. 특히 경사에 필라멘트를 사용한 것은 차별화 제품으로서 호평을 받고 있다. 앞으로 필라멘트 복합으로 개발하여, 이들 유니폼에도 적용하여 시너지 효과(synergy effect :상승 효과)를 내도록 할 계획이다. 침장은 시장 환경이 계속 어려운데, 이제까지의 고객을 잘 관리하여 자가(自家) 공장에서 생산한 것을 중심으로 이익을 중요시하는 자세로 사업을 추진하려 하고 있다.

니트에 있어서 니트 텍스타일은 아이디어로 승부할 것이다. 특히 레이디스 아우터(ladies outer)용을 키울 것이다. 거래선이 큰 생지상(生地商)과 긴밀하게 거래하면서 공동으로 개발할 것이다. 그 중에서도 미아이(美合) 공장에서 처리하고 있는 니트에 대한 액체 암모니아 가공(液體 ammonia 加工)은 온리 원(only one :하나뿐) 소재로서 높이 평가되고 있다. 프리미에르 비전에 출품하여 호평을 받고 있으므로, 앞으로는 유럽으로 수출도 추진하고 싶다.

니트 제품은 어린이옷과 학생복 판매, 폴로셔츠(polo-shirts)가 주력이 될 것이며, 어린이옷은 규모가 큰 거래선과의 관계를 강화해 나갈 것이다. 특히 최근에는 어린이옷이 일본 국산품으로 안심(安心)·안전(安全)에 대한 니즈가 커지고 있어, 순풍을 받고 있다. 폴로셔츠도 주력 거래선인 브랜드와의 협동을 한층 더 깊게 하려 하며, 어린이옷과 폴로셔츠를 충실하게 발전시키는 것이 당면한 목표이다. 그런 다음에 학생복 판매도 적극 추진하려 한다.

◎ 데님 사업에서는 마켓 인으로 계속 개발

닛신보의 섬유 사업 본부로서 데님 사업은 셔츠 사업과 함께 주력 사업으로 꼽히고 있다. 새로운 체제에서는 도쿄로 영업 기반을 옮김으로써, 이제까지보다도 마켓 인(market-in : 소비자 관점에서 상품을 개발, 생산하는 방법)에 따라 상품을 개발하려 한다. 데님 사업부장은 “도쿄에서 소신껏 활동하겠다.”

고 기세를 올리고 있다.

요즘은 세계적으로 데님 시황이 좋지 않은 것은, 새로운 상품을 제안하지 못하는 것이 큰 원인이다. 유저의 진짜 니즈를 받아들이지 못하고 있다. 원래 데님은 5, 6년 텀(term)으로 수요가 파도 모양으로 오르내리는 상재(商材)인데, 지금은 경기가 골짜기에 빠지면서 소비 마인드가 식고 있는데 뒤로부터 공격을 받고 있는 모양새이다. 그런데 이런 때일수록 공격할 찬스(chance)이며, 상품 개발이 중요하다.

닛신보의 데님은 높은 기술력을 갖고 있는 반면에, 아무래도 프로덕트 아웃(product-out : 기업의 관심 방향에 맞추어 상품을 개발, 생산하는 방법) 방식의 개발이 많았다. 그래서 새로 마케팅과(marketing課)를 만들어, 도쿄 시장에서 소비자의 살아있는 소리를 수집하고 있다. 예컨대, 한마디로 스트레치(stretch)라고 해도, 메이커가 정성들인 기능과 소비자가 찾는 기능에는 정도의 차이가 있다. 이와 같은 것을 받아들여 마켓인의 개발을 추진하려 한다. 에코 관련 소재(eco 關聯 素材)에도 적극적으로 추진하고 있으며, 천연 쪽 염색 데님에도 도전하고 있다. 또한 대형 신상품도 개발하고 있다. 이런 상황에서 주력 고객인 NB(national brand)와의 관계를 강화할 예정이다.

생산·개발 면에서는 생산 통괄과(生産 統括課)를 '닛신 데님' 안에 만들어 수주와 납기 대응(納期 對應), 품질 관리(品質 管理)를 일원화하였다. 그럼으로써 고객의 요망에 즉시 응할 수 있는 체제가 되었다.

데님 수출은 시장 조사에 따르면, 세계의 진즈(jeans) 시장에 25억 벌의 제품이 재고로 있는데, 이것이 BRICs(Brazil, Russia, India, China)를 중심으로 1년에 8% 정도가 많아지고 있다고 추측하고 있다. 당사가 목표로 하는 것은 전체의 3%를 차지한 프리미엄 존(premium zone : 高級 領域)이다. 그리고 특히

구미 시장에서 일본 고유의 감성으로 승부를 해보려고 한다. 미국은 LA 중심에서 브랜드와의 경쟁을 추진하며, 리서치(research)도 추진하고 있다. 유럽은 영·이·불·독(英·伊·佛·獨)의 시장이 타깃(target)이다. 그래서 프리미에르 비전에도 적극적으로 참가하고 있다. 2009년에는 데님의 수출 비율을 30%로 만들려고 한다.

앞으로 닛신보는 단순한 면방적이 아니고 종합 섬유 메이커(綜合 纖維 maker)이므로 스판덱스 '모비론'을 활용하여 '텐더 스트레치(tender stretch)' 소재와 같은 개성적인 신상품 만들기가 가능하게 된다. 앞으로는 도쿄에서 전시회도 적극적으로 개최하겠으며, 2009 추동 전시회로부터 실시할 계획이다. 닛신보로서는 "도쿄 시장에서 소신껏 활동하겠다."는 의지로 추진하려 한다.

◎ 오이코스 사업 – 온리 원 상품 개발을 중요시

오이코스 사업부는 면 100%를 중심으로 한 스펀 레이스 부직포(spun lace 不織布) 사업을 담당하면서 구 오이코스과(課)의 업무를 그대로 인수받고 있다. 온리 원 상품(only one 商品)을 개발해 나가는 기본은 변하지 않았으며, 더욱이 이 사업을 보다 깊게 파고 들어가는 것을 중요시하고 있다. 2008년기에는 증수 증익을 계획하고 있지만, 설비는 계속 완전 가동하고 있어, 크게 양을 늘리기는 어렵고, 원·연료 가격이 크게 올라 걱정스럽기도 하지만 온리 원 상품 개발을 중요시하고 있다.

이제까지의 기본은 고객과 공동으로 신상품을 만들면서도, 모두가 서로 온리 원 상품을 만들어 주는 것이었다. 금기에는 그것을 더욱 강화하는 것이 기본 방침이며, 스태프(staff)도 충실하게 키워 대응력을 높이려 한다.

개발에 대하여는 면을 중심으로 한 차별화 상품으로 시장에서 경쟁하는

것이 당사의 특징이다. 개발 방향은 셀룰로스계 단섬유의 스펀 레이스 부직포를 주축으로 하고 있다. 개발 테마는 건강, 쾌적 그리고 환경 등이다. 약 15년 전에 오이코스를 사업화하기 시작하였을 때의 키 워드(key word)인데, 환경에 부드러운 코튼의 특징을 다시 내 놓기로 정하였다.

판매하고 있는 상품의 용도는 화장 잡화(化粧 雜貨), 위생 재료(衛生 材料), 일용 잡화(日用 雜貨) 등으로 되어 있다. 모든 용도를 중요하게 보고는 있지만, 그중에서도 특히 크게 키우고자 하는 것은 화장 잡화 관련이다. 브랜드력이 높은 거래선과 협동이 되고 있으며, 시장성도 높다고 보고 있다. 앞으로도 윈·윈(win·win : 쌍방이 모두 득을 봄) 관계를 만들 수 있도록 개발 등을 적극적으로 추진하려 한다.

부직포는 면 100% 뿐만 아니라 텐셀이나 레이온 그리고 면과의 복합 제품 등을 상품화하고 있는데, 텐셀로 만든 것은 주로 공업용이나 의료용(醫療用)인데, 이들도 늘려 나갈 것이다. 이들 분야는 요구되는 품질 수준이 엄격하기 때문에 상대방과의 협동으로 개발에 더욱 힘을 쓸 예정이다.

원·연료고(原·燃料高)에 따른 영향은, 판매 가격에 점차로 전가(轉嫁)하고 있는데, 원·연료 가격이 크게 올라, 값을 올려도 좀처럼 따라갈 수가 없다. 금기에는 증수 증익을 계획하고 있는데 이익면(利益面)에 영향을 줄 것이다. 설비는 계속 완전 가동하고 있어, 양을 늘려 코스트를 흡수하기는 어렵다. 역시 온리 원 상품을 어떻게 개발해 나가느냐가 중요하다.♣