

우니 섬유 - 2009년에도 전년 수준 웃돌며 판매 확대 중

2009년도 초에 우니 섬유(宇仁 纖維)의 판매고는 2008년도 동기와 비교하여 3% 증가로 호조를 유지하고 있으며, 2008년도 동기 판매고 누계액(同期販賣高 累計額)인 35억 6천만 엔보다 약 9% 늘어났다.

스톡 판매(stock 販賣)를 하고 있는 소 로트 단납기 대응(小 lot 短納期 對應)이 좋은 평가를 받고 있어 고객을 늘리고 있을 뿐만 아니라 이너 용도로 새로운 수요를 늘리고 있다. 우니 섬유는 일본에서 얇은 직물과 편물을 생산하는 것으로 특화(特化)하였으며, 무지(無地 : 1가지 색의 침염지)로부터 프린트(print), 레이스(lace)까지 폭넓게 스톡 판매를 하고 있다. 이와 같은 것으로 인하여 복지 및 이너 분야에서는 자연스럽게 판매 고객을 늘려나가고 있다. 판매 대상이 늘어나면서 거래하는 로트의 수량은 소 로트화하고 있는 일반적인 사례와는 반대로 오히려 커지고 있다. 백화점이 가격을 검토하고 있는 것도 우니 섬유에는 순풍으로 작용하고 있다.

시황(市況)이 어려운 것에 대한 대책으로서 “우니 섬유는 보다 더 스피드 감(speed 感)을 중요시하고 있다.”고 말하고 있다. 우니 섬유는 여러 생산 공장을 집약화(集約化 : 한데 모아 요약)하여 융통성이 있는 조직을 만드는 등으로 메이커의 기능을 효율적으로 활용함으로써 별도 주문에서도 무지는 3일, 프린트는 1주일이면 납품할 수 있는 태세를 갖추었다. “극단적인 케이스이었지만 무지를 하루 만에 납품한 일도 있었다.”고 말하였다.

사원의 평균 연령이 26세로 젊은 것도 강점이다. 또한 전원이 디자이너라는 의식으로 일하며 2010년의 트렌드 소재가 아니라, 오늘 현 시점에서 팔리

는 소재를 만들어 달라고 지도하고 있다. 스톡 판매인만큼 자기가 기획하여 생산한 소재가 단기간에 잡지를 장식하고 백화점에서 판매됨으로써 사원의 동기(motivation)를 향상시키고 있다. 우니 사장은 “감성이 높은 공장의 발상”이 중요하다고 말하고 있다.

또한 수출도 순조롭다. 중국으로의 수출은 2008년부터 본격화하였는데 월상(月商 : 1개월간의 상거래의 총액)을 100만 위안(元) 베이스로 늘렸으며, 상하이 사무소 스태프(上海 事務所 staff : 幹部)는 현재 4명이며페이 라인(pay line : 일본어로 採算線)을 웃돌고 있다. 판매는 상하이를 중심으로 현지의 어패럴용이 전체의 60%를 차지하고 나머지 40%는 일본계 어패럴용이다.

구주로의 수출용(輸出用)도 총 판매고의 5% 정도인데 엔화(円貨) 베이스로 현상을 유지하고 있다. 유로화(EURO貨)에 의한 거래도 착실하게 늘리고 있다.♣