

일본면방의 2000년 9월 중간결산분석

일본의 면방적은 꾸준히 저가격화를 추진하고 있으며, 면제품의 수입이 급증하고, 사업환경이 계속 어려워지고 있는 상황속에서 2000년 9월 중간 연결결산을 발표하였는데, 지난(2000년) 3월에 비하면 일본 섬유사업의 영업손익률은 후지보를 제외하고는 모두 개선되었다. 이들 각 사의 사업전략을 살펴보면 그들이 21세기에 살아남을 수 있는 방안을 엿볼 수 있을 것 같다.

1. 닛신보와 구라보와의 격차

닛신보(日清紡)와 구라보(倉紡)를 살펴보면 모두 데님, 캐주얼 및 유니폼 용도의 태번수 실 생산을 장기(長技)로 하고 있는데, <표>에서 9월 연결결산에 나타난 섬유사업의 자료에서 두 회사를 잘 비교해 볼 수 있다.

닛신보는 섬유사업보다도 비섬유사업의 비중이 크며, 브레이크제품, 지제품(紙製品) 등에 의한 영업이익이 큰 비중을 차지하고 있다. 섬유사업에서는 셔츠지, 침장(寢裝) 용도의 세번수 실을 생산하고 있으며, 해외전략을 늦게 시작한 것이 마이너스로 작용하여 비섬유사업보다도 낮은 수준을 보이고 있다.

닛신보의 연결매출액은 1,151억 5,200만엔, 영업이익은 27억 7,200만엔의 실적을 보이고 있으며, 구라보의 연결매출액은 793억 5,300만엔으로 닛신보를 크게 밑돌고 있으나 영업이익에서는 닛신보를 앞지르고 있는데, 이는 섬유사업의 차이라고 볼 수 있다.

구라보 임원은 「금년 하반기에도 상반기와 같은 수준의 업적을 올릴 수 있고, 제조, 판매 모두 자신이 있으며 수요자도 늘어가고 있다」고 당당하게 말하고 있으며, 이와 같이 말할 수 있는 것은 그 유명한 ‘유니쿠로’에 납품하게 된 것 외에도 데님, 유니폼의 매출이 순조롭게 증가하였기 때문이며, 특

히 「유니폼의 규격품에 대한 수요가 회복된 것이 크게 기여하였다」고 한다. 영업면에서도 직수(直需) 유니폼이나 부인용 데님의 개척이 성공하여 니트의 적자를 막아 줬다.

<표> 2000년 9월 중간 연결결산

(단위 : 백만엔, ▼는 결손)

회 사 명	사업별	매 출 액	영업이익	영업이익률
닛 신 보	섬 유	38,147	396	1.0%
	비섬유	77,005	2,376	3.1%
구 라 보	섬 유	50,604	1,932	3.8%
	비섬유	28,749	983	3.4%
다이와보	섬 유	34,717	1,068	3.1%
	비섬유	8,816	▼ 89	-1.0%
시 끼 보	섬 유	21,095	1,506	7.1%
	비섬유	6,084	1,273	20.9%
후 지 보	섬 유	29,512	▼ 470	▼ 1.6%
	비섬유	5,286	450	8.5%
오오미겐시	섬 유	17,715	61	▼ 0.3%
	비섬유	3,248	653	20.1%
도 요 보 섬유산업		107,964	4,196	3.9%
가 네 보 섬유사업		77,584	100	0.1%
유니티카 섬유사업		65,649	1,168	1.8%
유니티카 텍스타일		15,600	400	2.6%
도호레이온 섬유사업		9,869	▼ 302	▼ 3.1%
도호텍스타일		7,674	▼ 208	▼ 2.7%
도호레이온 T공장		2,292	42	1.8%

닛신보도 유니폼이 20% 증가하였고, 데님도 10% 증가하여 태번수 실이 구라보처럼 매출을 증가시켰으나 니트가 15% 감수(減收)하여 영업실적은 적자를 보였다. 셔츠지는 흑자를 보이고는 있지만 전년보다도 14% 감수로 이익이 감소하였고, 홈·텍스타일과 개발원사, 특히 마혼방사가 부진하여 약간의 적자로 되었다.

닛신보는 전년도 중간기에 섬유사업에서 1억 4,500만엔의 영업적자에 비하면「원면가 하락과 공장 코스트 절감」으로 영업실적이 개선되었다고 볼 수 있다. 하반기에는 5억엔의 영업이익을 계획하고 있는데, 본격적으로 반전(反轉)하여 흑자가 되려면 해외생산이 본 궤도에 올라야 가능하다고 본다.

2. 다이와보와 시끼보의 전략

일본 국내에 있는 방직시설규모를 보면 다이와보(大和紡)는 약 6만 1천추이고, 시끼보(敷紡)는 약 9만 7천추로 상당한 차이가 있지만, 두 회사의 섬유사업을 보면 추수차이 이상으로 차이가 크다. 이들 두 회사는 이렇다 할 정도의 큰 공통점은 없고, 다만 제지(製紙)용 캔버스에 상당한 비중을 차지하고 있다는 정도뿐이다.

이 두 회사는 면사 생산변수를 보더라도 다이와보는 10수, 20수 중심인데, 시끼보는 50수가 주종이어서, 비슷한 것 같으면서도 전혀 다른 방향성을 보이고 있다.

해외전략에서도 다이와보는 “방직회사” 즉 방직을 위주로 하는 회사에서, “섬유회사” 즉 방직에 국한하지 않고 광범위하게 섬유 전반을 다루는 회사로 사업을 확장할 것을 공표하고, 소재에서 제품까지 연결시킨 글로벌 전개를 추진하여, 그 일환으로 브랜드·비즈니스까지 사업범위를 넓혀나가고 있다.

다이와보는 진취적인 설비투자로 폴리프로필렌 단섬유, 스펀레이스, 부직포를 강화하고, 인도네시아의 자(子)회사를 적극 활용하여 캔버스사업 등 비의류 사업의 영역을 확대하고 있어 매출액은 계속 증가하는 경향을 보이고 있다.

한편 시끼보는 인도네시아에 있는 방직가공 거점인 “멜텍스”와의 연계를 강화함으로써 일본 내에서의 텍스타일·비즈니스를 활성화하려고 하고 있다.

시끼보는 항상 안정된 이익을 올리고 있는 제지용 캔버스와 같은 산업용 자재를 베이스로 하면서 의류용 섬유사업도 살려, 적극적으로 수익을 증대시

켜 나가고 있다. 단체(單位) 매출액을 보면, 2000년 9월 중간기간에는 12.4% 감소하였고, 니트와 침장은 모두 25%나 매출이 떨어졌다.

<표>에서 섬유매출액을 보면, 다이와보가 347억 1,700만엔, 시끼보가 210억 9,500만엔으로 방적추수가 적은 다이와보의 매출액이 많지만, 섬유영업 이익은 시끼보가 15억 600만엔, 다이와보가 10억 6,800만엔으로 매출액이 적은 시끼보가 더 많다. 영업이익률을 보면 시끼보가 7.1%, 다이와보가 3.1%로서 이익률의 차가 크게 벌어지고 있다.

시끼보의 섬유연결 영업이익률은 동업의 다른 회사와 비교해 봐도 뛰어나게 좋다. 지난 3월기와의 비교에서도 2.3포인트나 상승하는 등 월등하게 이익을 개선하고 있다. 시끼보가 이와 같이 산업용 자재를 제외한 섬유사업이 영업에서 크게 흑자를 보인데 대하여, 섬유사업 본부장은「수출이나 내수에서 채산이 맞지 않는 품종은 과감히 철수하고, 고부가가치 전략을 채택함으로써 좋은 결실을 보았다」고 자신있게 말하고 있다.

한편 다이와보의 섬유영업이익률도 지난 3월기에 비하면 0.9포인트 개선되었다. 다만 「실과 텍스타일의 일본 국내판매는 예상보다도 훨씬 힘이 들어, 매출이 줄어들었다. 일본 국내에서 생산된 실을 중국이나 인도네시아에서 생산되는 2차 제품과 신속하게 연결시켜, 글로벌 전개로 제품사업을 강화할 필요가 있다」고 사업본부장은 주장하고 있다. 두 회사는 생존전략이 서로 다르지만 모두 수익력을 확실히 개선하고 있다.

3. 후지보와 오오미젠시, 화섬사업으로 고전

후지보(富士紡)와 오오미젠시(近江絹糸)는 모두 화섬사업을 바탕으로 하고 있는 면방회사들인데, 이번 9월 중간 연결결산 실적을 보면 둘 다 진로선택에 고심하고 있음을 알 수 있다.

섬유의 영업손익을 보면, 후지보가 4억 7천만엔의 적자, 오오미젠시는 6천백만엔의 적자를 보이고 있는데, 모두 오래 계속되는 화섬사업의 불황이 원

인으로 보인다.

그런데 한발 앞서 분사화한 다이와보·레이온이나 도호(東邦)레이온 D공장과 같은 화섬계열 공장들은 모두 흑자를 보이고 있는데, 이와 같은 차이는 오직 분사화만의 차이 때문일까.

후지보는 98년부터 착수한 경영개선계획에 따라 W공장을 폐쇄하고, (2000년 7월에는 화섬의 영업부문을 후지보 E공장으로 넘겨줘, 화섬부문을 완전 분사화하는 것을 골자로 하는 연결 5개년 사업계획을 추진하고 있다. 그 중에서도 최대 포인트는 매출의 20%를 차지하고 있는 화섬부문을 완전 분사화함으로써 금년 상반기에는 많은 적자를 나타낼 것 같다. 후지보의 한 임원은 「폴리노직 스프면 수출의 채산이 나빴으며, 키토산을 이겨넣어 뽑은 「키토폴리」 등의 차별화 스프면은 수익증대에 별로 도움이 되지 않았으며, 원료비, 연료비 등의 상승도 좋지 않은 영향을 미쳤다」고 한다. 그래서 폴리노직 「준론」은 얼마 전에 감산을 풀고 풀가동하였으나, 코스트·업이 예상되어 9월부터 다시 20% 감산을 시작하였다. 레이온 단섬유는 4월부터 계속하여 30% 감산하고 있다.

오오미젠시도 주력은 화섬사업을 전개하기로 하고, 스프사를 생산하던 K공장은 물론, 면방 및 부직포 설비를 갖고 있는 T공장도 분사화하기로 결정하였다. 사장은 「이 상태로는 사업재건은 커녕, 본사의 재생도 문제가 된다」고 위기감을 보이고 있다. 영업부문도 다른 데로 넘겨줄 것을 검토하고 있으며, 레이온 단섬유는 50%만 가동하고 있는 상황이다. 스프사를 포함하면 수지(收支)가 엇비슷한 상태이며, 키토산·키토산섬유 「크라비온」을 비롯한 차별화 소재에 주력하고 있는데 매출은 별로 늘지 않고 있다.

4. 섬유분사 3사 영업실적 개선

천연섬유 사업을 분사화(分社化)한 가네보(鐘紡), 유니티카, 도호(東邦)레이온은 모두 연결(連結) 베이스의 섬유영업이익률이 개선되고 있다. 가네보는

영업이 흑자화하였으며, 유니티카는 영업이익률에서 1.5% 올랐고, 도호레이온은 적자이지만 0.2포인트 개선되었다.

유니티카·텍스타일은 금년 상반기에는 매출액 156억엔(전년대비 18.8%증가), 영업이익 4억엔(전년대비 2배 증가), 경상이익 3억엔(전년대비 6배 증가)의 업적을 보였는데, 매출이 오른 것은 제품사업(매출 22억엔, 영업수지는 엇비슷)을 본체에서 떨어냈기 때문이며, 실질적으로는 매출은 전년 수준이며, 이익이 늘은 것은 기존사업 때문이다.

가네보섬유는 영업손익을 공표하지 않아 알 수 없지만, 지난 3월기의 흑자와 비교하면 악화되었다. 면의 매출액은 123억엔으로 7.5% 감수(減收)하였으나, 이익이 증가하여 1억엔의 흑자를 보이고 있는데, 이는 N공장의 가공비 절감, 판매관리비 삭감 등에 의한 것이다.

양모사업의 감수로 적자를 보였고, 옥수수섬유와 같은 신규사업은 매출이 11억엔으로 규모는 작지만 흑자를 보였다.

도호텍스타일은 아크릴방적사와 면니트의 고전으로 계속 적자를 보이고 있어, 설비축소를 비롯한 발본적인 구조개선을 착수할 계획이라고 한다.

한편 도호레이온 T공장은 대대적으로 수익을 개선하여, ½기에 이미 전년 3월기의 영업이익 4천만엔을 웃돌고 있다.

2000년 상반기에는 분사화한 섬유기업들의 수익이 모두 개선되었지만, 그 중에서도 가장 사업환경이 좋지 않았다고 하는 도호레이온 T공장은 부직포, 기능지(機能紙)와 같은 비방적(非紡績)에 주력한 것이 효과가 있어서, 가장 좋은 실적을 올렸다고 볼 수 있다.

분사화한 섬유회사들이 분사화라는 수단에만 의지하지 않고 「선택과 집중」을 효율적으로 실천하였기 때문이라고 말할 수 있다.

일본에서 하나뿐인 섬유소재 종합메이커인 도요보(東洋紡)는 단체(單體)의 섬유영업이익이 약 33억엔이고, 영업이익률은 9.6%, 경상손익에서는 적자를 보이고 있지만, 영업이익률에서 0.4포인트를 개선하였다. 신임 사장의 말에

의하면 「리스트라(구조조정)효과가 나타나기 시작하고 있다」고 한다.