시끼보 - 해외공장 활용으로
제품사업 강화

일본 섬유제품 시장은 값은 비싸지만 품질이 좋아 꾸준히 수요가 있다고 보는 고급품과 품질은 그만하지만 값이 싸다는 것으로 한몫을 보는 저가격존(zone)으로 양극화하고 있는데, 시끼보는 저가격존에서의 가격경쟁이 치열하여 가격경쟁력을 강화하기 위하여 해외공장을 적극활용하기로 하였다.

이 방침에 따라 인도네시아에서는 원사부터 제직, 제편, 가공에서 봉제에 이르기까지 일관작업으로 제품을 생산하고 있다. 태국에서는 실을 생산하여 일본은 물론 태국의 현지나 제3국으로 판매하고 있다. 중국에서는 양이 작으면서도 즉시 대응해야 할 제품들의 봉제거점으로 하고, 각기 해외 거점들의 장점을 잘 살려 제품사업을 강화해 나갈 방침이다.

니트는 그 동안 멘스 · 스포츠가 중심이었는데, 최근 5년 동안에 부인 제품이 서서히 늘어 지금은 50% 이상을 차지하게 되었다. 부인제품은 특화소재를 바탕으로 한 상품개발과 부인고객을 위한 세심하고 즉각적인 QR대응을 위하여 각종 소재들을 비축하고 있는 체제가 강점이라고 할 수 있다.

캐주얼 분야에 대하여도 니트와 직물의 특징들을 잘 살린 토털제안을 추진하고 있다.