

구라보의 원사 판매

- 다시 일본 국내 시장 중요시, 스핀 에어도 신규용도 개발

구라보는 원사를 판매하는 데 있어, 다시 일본 국내 시장을 중요시하여 유력한 고객과의 타이 업(tie-up : 提携)하는 방식으로 새로 개발된 상품을 판매하는 데에 노력하고 있다. 또한 중공 면사인 ‘스핀 에어(spin-air)’나 특수 무연사인 ‘패논(Fanon)’ 등의 브랜드사(brand yarn)는 새로운 용도를 적극적으로 개척함으로써 판매량을 유지할 뿐만 아니라 점차 확대할 계획이다.

원사 판매는 2009년 상반기에 국내외 상황이 모두 극히 나빴다. 일본 국내는 각 산지에서의 실소비량이 줄었으며, 특히 정번품(定番品 : 유행에 좌우되지 않고 수요가 안정되어 있어 정해진 상품 번호)만큼 판매해 온 리피트 제품(repeat : 주문이 되풀이 되는 상품)의 거래가 무척 줄어들었다. 다른 한편으로는 개발에 힘을 쏟고 있는 유력한 고객 제직 업자와 단골 니터(knitter)가 있어, 이와 같은 고객과 타이 업(tie-up)한 개발사가 많이 팔리고 있다. 그래서 구라보는 2009년 하반기에도 이들 유력 고객과의 타이업형 개발사를 판매하는 데에 주력함으로써 판매량을 지켜 나갈 생각이다.

해외 판매는 특히 구주 시장의 상황이 나쁘고 미국 시장은 비교적 큰 로트(lot) 주문을 받고 있는데, 이들 두 시장 모두 앞으로 경기가 불투명하여 일본 국내 시장보다도 안정감이 없다고 보고 있는 상태이다. 그래서 다시 일본 국내 시장을 중요하게 보는 판매 전략을 따르고 있다. 중국으로의 판매는 곧 현지 법인을 설립 예정이며 앞으로 이를 활용함으로써 판매를 확대할 수 있는 가능성을 구상하고 있는데, 해외에서 판매할 수 있는 것도 일본 국내에

서 인정받고 있기 때문이며, 일본 국내에서 존재(presence)를 유지하는 것에 중점을 두는 것이 기본 전략이 되고 있다.

다른 한편으로 스핀 에어나 패논(Fanon)과 같은 브랜드사는 새로운 용도를 늘리고 있다. 가장 큰 용도인 타월 및 이너 뿐만 아니라 양말, 횡편 스웨터로도 채용이 많이 늘고 있다. 스핀 에어에서는 중공 구조에 의한 보온 효과에 대하여 점차 주목을 많이 받고 있다. 또한 전사적으로 추진하고 있는 벰베르크(bemberg), 방적사인 ‘J.파이버’도 이너와 아우터 직물이나 편물로 판매량이 순조롭게 늘고 있다.

구라보에서는 원사를 판매하는 데에 있어서는 “고객과의 ‘타이 업’으로 새로운 개발을 스피드 업(speed up)하는 수밖에 없다.”고 보고 있다. 현재 스태프(staff)가 7명 있는데 ‘전원이 영업(營業)에 있어서 이제까지 다 돌아보지 못한 산지까지 철저하게 돌아본다.’는 방침을 세웠다.♣