

“(주)신원, 수익위주의 내실경영으로 패션의 미래를 바라본다”

(주)신원은 1973년 창립 이래 국내 패션산업 발전에 크게 이바지해 온 기업이다. 창립이후 1997년 외환위기라는 어려움 속에서도 그 위기를 잘 극복하여 지금은 믿음경영·정도경영·선도경영을 새로운 경영의 초석으로 삼아 섬유수출은 물론 국내 패션산업의 중심이 되어 세계 속의 초일류 기업으로 성장, 도약하고 있는 (주)신원의 생생한 현장을 찾았다.〈편집자 註〉

신원은 분단 60여년 만에 남측의 자본 및 기술투자와 북측의 토지와 노동력이 결합한 남북간 최초의 대규모 투자사업인 개성공단에 국내 패션기업 중 처음으로 공장을 준공하고, 가동 2년여 만에 신원 개성공장 2·3공장 준공을 성공적으로 이루어 냈다.

이러한 성공요인은 박성철 회장이 이미 1994~1996년 북한 임가공 생산을 통해 북한의 생산과 품질을 경험하는 과정에서 북한에서 생산하는 것이 섬유 패션에 적합한 조건을 갖추었다는 점, 북한 제품의 품질 만족도가 매우 높았다는 점을 지득하고 있었기에 가능한 일이었다.

신원은 2004년 6월, 패션기업 중 유일하게 개성공단 시범단지 입주업체로 선정된 이후, 2005년 1월 공장 완공 후, 2월말까지 시범가동을 완료하고, 3월초 본격적인 생산에 돌입해 개성공단에서 생산한 첫 의류제품이 2005년 3월 10일에 서울로 출하된 것을 시작으로, 개성산 의류제품을 생산하여 전국에 분포한 신원의 각 브랜드 매장에서 판매하고 있다.

이처럼, 신원은 섬유 패션업계의 개성공단 생산 시대의 서막을 순조롭게 열어 나가고 있다. 또한, 철저한 수익위주의 내실경영을 바탕으로, 중국 및 대만 등의 해외시장에서 적극적인 유통망 확장과 브랜드 인지도 확산을 통한 안정적이고 빠른 시장안착을 전개하는 등 패션업계에서 선도적인 기업상을 추구해 가고 있다.

신원은 지난 1990년 여성복 베스띠밸리(bestie bell)와 씨(SI)를 런칭하여, 이들 브랜드가 2007년을 기점으로 17주년을 맞이하였고, 여성복 비키(VIKI)와 남성복 지이크(SIEG) 역시 12주년을 맞이하였다.



박 성 철 회장

의류브랜드는 빠르게 변하는 패션유행만큼 브랜드의 주기도 짧아 해마다 새로 나타났다 어느 순간 사라지곤 한다. 이는 소비자의 기호 변화가 빨라서 의류시장의 경쟁이 치열할 뿐만 아니라, 불황이 찾아오면 그 영향을 쉽게 받기 때문이다.

이 같은 상황 속에서 신원은 1997년 외환위기라는 최대 고비 속에서 질곡의 세월을 이겨낸 후, 불경기 속에서도 흔들림 없이 벼텨내었다. 그야말로, 신원의 역사는 우리나라의 의류산업 및 패션의 살아있는 역사라 해도 과언이 아니다.

신원은 여성복 브랜드인 베스띠밸리(bestibelli), 씨(SI), 비키(VIKI), 남성복 브랜드인 지이크(SIEG) 등의 숙녀복부터 남성복까지 다양한 복종 및 컨셉별 브랜드를 보유하고 있으며, 오직 품질과 소비자의 만족을 최고의 가치로 여기며 국내 정상 브랜드로 성장해 왔다.

현재의 신원은 수출과 내수 매출 비율이 5:5를 유지하고 있어 국내시장과 해외시장 변동에 따른 효율적인 포트폴리오를 구성하고 있다. 신원은 섬유제품 수출을 통하여 국제적 명성을 높여 왔으며, 인도네시아·중국·과테말라·베트남 등에 현지 법인 및 대규모 수출 공장을 설립해 성공적으로 운영하고 있다.

특히, OEM(주문자상표부착생산)을 넘어서, ODM(제조자개발생산)을 통해, 해외 거래처 및 바이어들로부터 높은 신뢰를 얻고 있다. 예를 들면, 메이시(MACY) 백화점과 블루밍데일(BLOOMINGDALES) 백화점 등 미국 유수의 7개 백화점이 연합한 FMG(Federated Merchandising Group)에서 우수협력업체로 선정되어, 2001년부터 2003년까지 FIVE STAR상을 3년 연속 수상하였다. FIVE STAR상은 FMG의 물품공급업체 중 아시아를 비롯하여 중동, 유럽 지역에서 1년간 실적이 우수한 업체로서 5~6개 업체를 선정하여, 매년 12월초 홍콩 FMG OFFICE에 모여서 시상하는 상으로 유럽·중동·아시아 등 전 세계에서 30여개 업체가 선정되고 있다.

2005년에는 미국 월마트 본사로부터 실적이 우수한 업체로 평가받아 우수협력업체로 선정되었고, 2006년에도 A.M.C로부터 우수 제품과 실적을 인정받아 최우수 업체로

선정되었다. 이처럼 신원은 수출부문과 내수시장의 안정화 및 활성화라는 과제를 성공적으로 실현해 나아가고 있다.

신원의 성공요인

▶ 아끼지 않는 투자와 시스템의 선진화(체계적 물류시스템 및 효율적인 재고관리)

패션업계에서 제품디자인, 유통망과 함께 가장 중요한 요소 중 하나인 재고관리와 물량배분을 전산화와 CRM으로 완벽하게 실현해 나가고 있다. 각 매장별·지역별 특성이 자동화시스템에 의하여 배분되어져 판매율을 최대로 끌어 올리고, 재고자산을 효율적으로 조절할 수 있도록 QR(Quick Response)을 생산시스템에 도입하여 운영하는 등 세부적인 노력이 신원의 이익 위주의 내실을 강화하는 경영 전략을 뒷받침해 주고 있다.

▶ 원가 경쟁력 확보 및 안정적인 생산 기반 확보

신원은 해외 아웃소싱 및 생산을 강화하여 원가경쟁력을 갖추고 안정적인 생산기반을 확보하고 있다. 먼저, 중국을 비롯하여 다양한 원·부자재 시장을 개척하고 있으며, 해외 법인 및 지사(인도네시아, 과테말라, 베트남, 중국(청도법인, 상해법인, 위해지사, 대련지사))를 통하여 중간 대리상을 거치지 않는 원·부자재 직구매를 실현 중에 있다. 이를 통해, 좋은 품질의 제품을 합리적이고 저렴한 가격으로 구입하고 있다.

이와 함께 해외법인 및 외주 생산을 통한 고품질의 대량생산을 안정적으로 이루었다. 신원은 중국, 베트남, 인도네시아, 과테말라 현지법인에 만족하지 않고 남북경협사업의 상징인 개성공단 진출 및 생산을 성공적으로 안착시키고 있다. 원가 경쟁력 확보는 고객에게 품질과 가격을 모두 만족시킬 수 있는 기업과 고객의 원원(win-win) 전략 중 하나이다.

여기에 개성공단의 성공적인 안착으로 보다 안정적인 생산기반을 구축하여 품질향상과 함께 안정적인 생산기반을 완벽하게 구축하였다.



▶ 섬유 패션산업에만 전력

건설·전자·골프장·카드영업 등의 비수익 사업을 과감히 정리하면서 신원의 주력 사업인 섬유 패션산업으로 특화하는 전략은 신원 회생의 가장 큰 원동력으로 작용하였다. 현재 의류 수출과 국내 패션 브랜드 전개 및 유통사업을 제외한 모든 사업을 과감히 정리하면서 섬유 패션을 강화하는 전략을 통해 내실경영을 성공적으로 전개하고 있다.

이와 함께 신원은 중국, 대만 등의 해외시장을 발판으로 현지 브랜드 전개에 힘을 기울이며, 공격적인 영업을 펼쳐 유통망을 확장함과 동시에 중국 현지파트너와 공동 마케팅을 강화하고 있다.

▶ 지속적인 톱스타 마케팅

신원은 1990년 내수 브랜드로서 첫 브랜드인 베스피밸리와 씨를 런칭한 이후, 지속적인 톱스타 마케팅을 전개하면서 브랜드 인지도를 쌓아 왔다.

신원은 현재 최고의 스타로 평가받는 전지현(베스피밸리), 김옥빈(씨), 윤은혜(비키), 박해진(지이크)을 전속모델로 기용하고 있으며, 이들 빅스타들을 통한 카다로그 제작과 다양한 스타마케팅을 펼쳐 지속적인 브랜드 인지도 상승을 도모하고 있다. 이처럼 타 브랜드와의 경쟁에서 우위를 확보할 수 있는 차별화된 마케팅 전략 수행과, 이에 따른 지속적인 판촉 활동을 필수적으로 전개하고 있다.

1990년 런칭된 베스피밸리(bestie bellie)는 특히, ‘프로는 아름답다’라는 슬로건으로 바탕으로, 런칭 당시부터 적극적인 스타마케팅을 전개하여 지금까지 우리나라를 대표하는 톱스타들이 베스피밸리를 표현해 왔다. 1990년대 최고의 스타 채시라, 이영애, 김희선 등을 기용함으로써 세련되고 도



시적인 커리어우먼의 옷으로 이미지를 굳혔으며, 2002년부터는 최고의 톱스타 전지현을 베스피밸리 모델로 전격 발탁하여 도시적 이미지와 함께 캐주얼하고 발랄한 이미지를 표현하는데 성공한 것으로 평가받고 있다.

씨(SI)는 런칭 이후부터 지금까지 최진실, 심은하, 채림, 장나라, 김태희 등 당대 최고의 스타들을 모델로 기용하여 긍정적이면서도 적극적인 신세대 여성의 꾸밈없는 매력을 이미지화 하였으며, 신세대 여성들의 라이프 스타일을 리드하는 패션 브랜드로서의 위치를 굳건히 하고 있다. 특히, 2007년 씨(SI)를 대표하는 새로운 얼굴로 신세대 스타 김옥빈을 선정하고 다양한 마케팅을 전개하고 있다.

또한, 2006년 7월에는 여성 영 캐릭터 캐주얼 비키(VIKI)를 대표하는 새로운 얼굴로 톱스타 윤은혜를 선정하고, 전속 모델 계약을 체결하였다.

▶ 믿음경영

이외에도 신원의 기업 정상화와 성장의 원동력은 진실한 신뢰 즉 믿음 자체에서 나왔다고 할 수 있다. 채권단과 기업의 믿음, 기업과 고객의 믿음, 직원과 직원의 믿음, CEO와 직원의 믿음에서 나왔다고 할 수 있다.

이제 신원은 역사적 사명감을 가지고 최고의 품질과 디자인을 갖춘 제품을 생산해 ‘메이드 인 개성’ 시대를 성공적으로 이끌어나가고, 믿음·정도·선도경영을 바탕으로 세계적인 패션기업으로 도약해 나아가고 있다. ☐