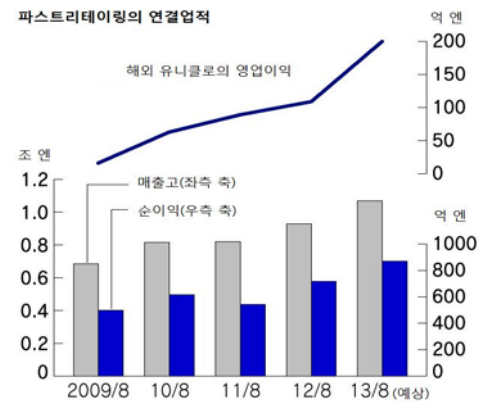


SPA브랜드* 대표주자, 유니클로의 전략

- 유니클로는 해외사업의 급속한 성장으로 '13년 8월기의 연결순이익이 전기 대비 21% 증가할 전망
- SPA브랜드 경쟁이 치열한 의류 산업에서 타 브랜드와 공생하려는 유니클로의 브랜드 전략이 주효했던 것으로 평가받고 있음

□ 2기 연속 최고이익을 갱신

- 유니클로를 운영하는 파스트리테이링은 2013년 8월기('12.9.1~ '13.8.31) 연결순이익이 전기 대비 21% 증가한 870억 엔으로 전망
 - 신규 출점 효과로 아시아를 중심으로 해외사업이 호조, '13년 8월기에 155개의 해외점포를 신설
 - 연결매출액은 15% 증가한 1조 690억 엔, 영업이익은 17% 증가한 1,475억 엔으로 2기 연속으로 최고이익을 갱신할 것으로 전망



자료: 닛케이신문(2013.1.10.)

- 이번 전망치는 예상을 크게 상회한 것으로 해외사업에서의 성공, 특히 중국과 한국에서 겨울 의류 판매가 증가한 원인 때문임
 - 유니클로의 해외사업부문의 영업이익은 '12.9~11월이 전년 동기

* SPA(Specialty store retailer of Private label Apparel Brand)는 제조사가 대량생산방식을 통해 제조원가를 낮추고 유통단계를 축소시켜 비용을 절감하는 브랜드로 빠른 상품 회전을 특징으로 함

대비 53% 증가한 84억 엔, '13년 8월기는 전기 대비 1.8배 증가한 200억 엔이 될 것으로 예상

- 한국과 중국에서 '12.10월 하순부터 기온이 떨어지면서 보온성 내복인 ‘히트텍’과 경량패딩인 ‘울트라라이트다운’의 판매가 촉진되었음

* 세일기간 중 엔고를 이용한 일본인 관광객들도 대량으로 구입하여 한국의 일부 점포에서는 히트텍이 매진

- 파스트리테이링은 향후 3년 정도 선물환 예약을 단계적으로 실시하여 1년분 상품수입을 헤지, 엔저로 인한 매입원가 상승 영향은 거의 없을 것으로 예상

□ 일본 국내사업의 담보 상태

- 매출 및 이익 전망치는 모두 해외사업에서 실적이 호전된 것으로 일본 국내사업의 성장은 담보 상태
 - 일본 국내 유니클로의 당기 매출 전망은 전기 대비 5% 증가한 6,530억 엔
 - '12.9~11월의 매출은 전년 동기 대비 5% 증가하였지만, 봄에는 히트텍과 같은 히트 상품이 없어 경쟁에서 불리함
- 파스트리테이링의 주식은 '12.12월 상장 이후 최고 주가를 갱신 하한 이후 계속 상승하고 있음
 - '12.11월 말부터 '13.1월까지의 주가는 25% 상승하였고, 예상 주가수익률은 약 28배, 주가순자산배율은 약 6배
 - 향후 일본 국내사업의 실적 개선 여부가 고주가를 유지하기 위

한 포인트가 될 것임

□ 시사점

- ZARA, H&M 등 SPA(전문소매점)브랜드 경쟁이 치열하게 전개되고 있는 가운데 각사의 브랜드전략에 따라 공존여부가 판가름날 것임
 - 파스트리테이팅 야나이 사장의 “패션이 아니라 베이직(basic)을 판다”는 말처럼 유니클로는 속옷이나 양말, 티셔츠와 같은 기본 의류에 주력
 - ZARA는 저렴한 재킷과 아웃도어 상품이 인기가 있어 브랜드마다 경쟁력이 있는 상품이 차이가 있음
- 우리나라는 OEM을 중심으로 일본의류시장에 진출하였지만 SPA 브랜드 정착으로 어패럴 산업의 참여도 늘고 있음
 - 도쿄의 패션몰 ‘SHIBUYA 109’의 대부분 상품이 한국에서 제조되었으며, 중국에서의 수주도 증가
 - 최근에는 MIXXO, 8ight Seconds 등 한국 고유의 SPA브랜드 인기가 상승, 의류 산업의 글로벌 마케팅을 강화하여 해외사업에서 성공을 거두고 있는 유니클로의 전략을 참고할 필요가 있음

<참고자료>

넷케이신문(2013.1.10./21), 넷케이비즈니스(2012.11.29)