

100% 천연섬유 내의용 보온소재

추운 겨울철에 내의류 분야 등에서 보온소재로 정착된 것이 아크릴·레이온 혼방소재를 이용한 흡습·발열기능 보온소재이다.

이는 2013 추동시즌에서도 방적 등 소재 메이커에서 중요한 개발테마가 되고 있는 소재이지만, 요즘에 와서는 트렌드의 변화가 일어나고 있다.

이러한 배경의 주 포인트는 바로 '천연계'이다. 즉, 보온소재의 제품시장에서 합성섬유가 사용된 발열·보온 소재는 이미 시장에 포화상태가 되어가고 있으며, 특히, 내의류 용도에서 천연계 소재로의 회귀가 강하게 일고 있다는 점을 들 수 있다.

발열·보온소재 내의류는 아크릴 레이온 혼방을 사용한 유니클로의 'Heat Tech'이 압도적으로 시장을 점유하고 있지만, 이에 반하여 백화점이나 GMS(General Merchandise Store, 종합 소매점)가 아크릴·레이온 혼방소재를 사용한 PB(private brand)상품을 대대적으로 출시하는 경향이 2011년 부터 정착하게 되었다.

이러한 환경이 소재메이커의 기획에 변화를 가져왔다. 유니클로와 SPA(Speciality retailer of Private label Apparel, 자체 브랜드 제조업체), 백화점, GMS의 PB 상품의 원료 소재는 근본적으로 공급업자가 한정되어 있다. 따라서 소재 메이커의 경쟁도 한정되어 있다.

한편, 제품의 매장내 배치 등 구성에 대한 문제도 있다. PB상품의 재고부담은 기본적으로 소매점에 있기 때문에 소매점은 PB상품 중심의 매장구성을 강화하게 된다.. 그러므로 PB상품과 마찬가지로 아크릴 레이온 혼방소재를 사용한 NB(National Brand)상품은 매장에서 유리한 위치를 점하기가 어렵게 된다. 이러한 사정으로 인해 특히 NB상품 어페럴은 PB와 차별화할 수 있는 소재공급을 소재메이커에 요구하고 있다. 이러한 측면에서 키워드로 '천연계'가 부상하게 되었다. 또한 중·고령층 남성을 중심으로 합섬을 기피하는 소비자도 적지 않다는 사정이 덧붙여졌다. 실제로 2013 추동시즌에서는 면이나 셀룰로스를 재생섬유를 사용한 소재가 내의류 분야 등에서 강하게 호조를 보이는 경향을 보였다.

오미켄시사에서는 적외선 발열레이온 'Solar Touch'가 호평을 얻었다. 레이온 자체가 지속적으로 발열하기 때문에 합성섬유를 사용하지 않고, 면 혼방 등으로 발열소재를 만든 점이 평가되었다.

이치보(第一紡績)사는 천연계 섬유 100% 흡습·발열소재 'Nuguito'를 개발, 시장확대를 전개하고 있다. 'Nuguito'는 레이온, 쿠프라, 면 혼방사가 사용되었다. 실 구조내에 공기층

을 극대화하여 합성섬유를 사용하지 않고, 셀룰로스의 습윤시 발열을 유지할 수 있게 하였다.

도요보(東洋紡)사는 면 개질에 의한 흡습·발열소재 'Hot Nature Neo' 를, 혼방에 의한 흡습·발열소재 'Omega'를 출시하여 천연섬유 100% 기능성 소재라고 하는 방향성을 강조하였다.

이러한 경향은 모두 소재 메이커의 제품사업에서 두드러지고 있다. 'BVD', 'Romos' 브랜드 등을 취급하는 후지보 홀딩스사는 'BVD'의 2012 추동시즌 기획에서도 면 100%의 방한 내의류에 중점을 두고, 안쪽에는 기모, 두꺼운 직물은 부드럽게, 이중직 편직 등으로 방적 및 편직 기술로 면 본래의 특징을 이끌어 내었다

또한, 이러한 천연소재를 이용한 보온소재의 방향성은 2013 추동시즌에도 계속 이어지고 있다. 면이나 울 등 천연섬유가 가지고 있는 우수한 기능성이 있는데, 이것을 최대한 이끌어 내어 합성섬유에 뒤지지 않는 기능발현을 실현하는 것이 방적산업에 있어서도 점차 중요하게 되었다.

♣ 섬유뉴스 (2013. 1.10)