

중국 내수로의 도전, 프리뷰 인터 텍스타일 상하이 (1)

일본세는 해외 기업에서 최대 규모로

중국 국제무역 촉진위원회의 방직행업분회(紡織行業分會)와 멧세 프랑크푸르트(홍콩)가 주최하는 “인터 텍스타일 상하이 05”는 10월 26일부터 29일까지 상하이 신국제 박람 센터에서 개최된다. 일본에서는 일본 무역진흥회 주최의 저팬 퍼빌리온을 시발로 하여 일본계 기업이 다수 출전해 일본세는 해외 기업의 부스 중에서 최대 규모가 된다.

동 전시회의 회장 면적은 57,500m². 2004년은 25개국 지역에서 1,204사가 출전해, 42,904명이 입장했는데, 이번 전시회는 더욱이 출전자, 내방객 모두 규모를 확대할 전망이다. 저팬 퍼빌리온은 1,722m²의 규모로 116개사, 단체(전년 124개사, 단체)가 참가한다. 당초는 2004년보다 저팬 퍼빌리온에 출전하는 기업은 적을 것이라고 예상되어 146부스를 준비하고 있었다. 그러나 실제로는 신청이 잇따라 190부스의 규모로 팽창되었다.

동 전시회인 저팬 퍼빌리온은 이번이 3번째가 된다. 출전자 기업을 정리하는 일본섬유수출기구(JTEO)의 米良章生,대표는 “출전은 3년 총괄한다. 그러한 의미에서도 금년은 소중한 해”라고 하여 보다 비즈니스 중시의 자세를 밝힐 방침이다.

저팬 퍼빌리온 주최자 木村誠 일본무역진흥회 수출 촉진 과장도 “중국은 세이프 가드로 흔들리고 있지만, 구미 전용 수출 증가라고 하는 벡터는 변함없다. 일본의 텍스타일도 중국 봉제를 활용하여 구미 시장을 노리는 것이 중요하다. 이러한 중국 기업과 합작하는 데도 인터 텍스타일 상하이 출전은 큰 찬스가 된다”고 동 전시회를 중시한다.

또, 池下嬢治 일본무역진흥회 해외상품전시회 과장도 “2004년은 124개사, 단체가 출전하여 전망을 포함하면 6억 3,000만엔의 성약이 이루어졌다. 세계 시장에 대한 문이 중국에 열리고 있다. 인민폐의 절상은 출전하는 수출업자에게는 순풍이며, 이번에도 성약으로 이어질 것을 기대하고 있다”고 한다.

이번 190부스는 홀 W1이 12부스(2004년 20부스), 홀 W2가 178부스(2004년 174부스). 내역은 상업 부스 179부스(2004년 175부스), 홍보 부스 11부스(2004년 19부스). 저팬 퍼빌리온은 참가 기업의 부스를 통일적으로 집적하여 저팬 품질을 발신한다. 또, 같은 전시회의 개최 기간 중, 일본무역진흥회는 상하이에서 일본 제품의 브랜드 이

미지를 확립하기 위한 PR, 마케팅 활동을 실시하여 일본 기업의 중국 시장 진출을 위한 비즈니스 지원 활동도 하여 간다.

이제부터는 인터 텍스타일 상하이전에 출전하는 기업의 판매 전략이나 주력 상품 등을 개별적으로 소개한다.

합성 섬유 / 독자적인 차별화 소재 중심

합성 섬유 메이커는 인터 텍스타일 상하이전에서 독자적인 차별화 소재를 중심으로 출품한다. 旭化成 그룹은 旭化成纖維, 旭化成商事 서비스(大阪), 솔로텍스(大阪)에서 출전한다. 旭化成纖維로써는 2번째의 출전이다.

큐프라 섬유 “Bemberg”, 인공 스웨트 “람스”, 스판덱스 “로이카” 등 주요 소재를 출품하여 “旭化成 브랜드의 침투를 꾀하는” 한편, 연내에 가동하는 안감 가공 합작회사나 중국의 로이카 공장도 소개한다.

旭化成商事 서비스는 처음 출전한다. 로이카와 나일론, 폴리에스터에 의한 트리코트 라든가 尾州의 컨버터와 계약 중국에서 생산하는 Bemberg/면 혼방 직물 등 여성 보텀 소재를 제안한다. 동사는 2005년 9월에 개최된 실 전시회 “스핀 엑스포”에 이은 중국 전시회에서의 출전이 된다.

旭化成纖維와 테이진 섬유의 절반 출자에 의한 솔로텍스는 이번이 처음 출전이다. PTT 섬유 “솔로텍스” 사용에 의한 스웨터, 팬츠, 셔츠, 재킷 등을 출품하여 소프트 터치, 이지케어성, 스트레치성 등 PTT 섬유가 가지는 특징을 어필한다.

일본 엑스란공업은 이번에 3번째이다. 모회사인 東洋紡을 포함한 기업 어필에 가세하여 신규 판매처도 획득한다. 이번에도 출전의 목적은 마찬가지로 아크릴레이트계 섬유 “엑스”, 원적외선 방사의 “세람 A”, 극세 타입 “프레릴 그레이스”, 광촉매 제균기능을 가지는 “은세계” 등 고기능 아크릴 섬유를 출품한다. 또 코스트 경쟁력을 높이기 위하여 중국에서의 가공 루트의 충실과 기술 지도도 진행시켜 나갈 생각이다.

쿠라레 트레이딩은 누박조 소재의 “에르모자”, 에바르 섬유 “소피스터”, 흡한속건 소재로 접촉 냉감에도 뛰어난 “오르페”, 보텀전용으로는 경량으로 자외선 컷 기능을 가진 “스페이스 마스터”를 출품하여 “본격적인 현지 어패럴과의 상담을 노린다”.

합성 섬유 / 일본이라면 기능 소재 소구

테이진 그룹은 테이진섬유, NI테이진상사, 旭化成纖維와의 합작 회사, 솔로텍스와 부스를 구축한다. 테이진섬유는 “신규의 중국 고객 개척”을 목표로 이번 전시회에 3번째의 출전이다. 스트레치성과 울 터치가 특징인 “트리쿠시온”, 흡한속건성, 방투성을 가지는 “웨이브 론” 등을 출품한다.

NI테이진상사는 2번째의 출전이다. 이번 전시회는 “중국에 소재 판매의 기반을 만드는” 것이 목적으로 신규 고객이나 상권을 획득하고 싶다고 분발한다. 출품하는 것은 고밀도 투습·방수 직물 “리치 텍” 시리즈. 제전성이 뛰어난 “리치 텍 플러스” 보온성도 있는 “리치 텍 네오” 등으로 스포츠 캐주얼이 타겟이다.

테이진 그룹에서는 중국 퍼빌리온으로 南通테이진이 8번째의 출전이 된다. 2006 추동 전용으로 스포츠 웨어용으로 방풍·발수·고투습의 “마이크로프트”, 흡수 속건성이 있는 “아쿠아 드라이”를 여성복 전용으로 “SER”, “HCY”를 제안한다.

3번째의 출전이 되는 도레는 “글로벌 프레스티지 브랜드 TOREX 소재 주체에 일본, 중국, 말레이시아 생산품 등을 소개할” 예정이다. 동사는 폴리에스터의 고감도 패션, 실키-소재 “실키-쥬이”라든가 인공 스웨드 “엑세누” 등 패션 소재 외, 방수 투습 소재 “엔트란트”, 흡수속건성이 있는 “필드 센서”, 수영복 소재인 “트린티”를 출품한다.

테이진과 마찬가지로 중국 퍼빌리온에서는 東麗(中國)투자가 출전한다. 지금까지는 도레 그룹에서의 출전이었지만 “중국발의 도레 소재의 발신, 글로벌 시장을 타겟으로 한 고객 개척, 치밀한 고객 대응”을 목표로 이번 전시회는 단독 출전한다. 여기에서도 울조, 먼터치, 마터치의 폴리에스터 장섬유 소재를 여성용으로 제안하는데 스포츠용으로 방수 투습, 흡수 속건 소재도 출품한다.

2개사에 공통되는 것은 고기능 소재에 의한 스포츠 웨어, 유니폼전용이 많은 점이다. 일본의 합성 섬유 메이커의 방향성을 나타낸 것이라고도 말할 수 있다.

한편, 여성복지로 좁혀서 출품을 실시하는 것은 미쓰비시 레이온 텍스타일이다. “중국 마켓에서 당사의 지명도 향상과 상권의 확대를 목표로 함”으로서 2번째의 출전을 결정했다. 트리아세테이트 장섬유 “소아론”과 폴리에스터 장섬유 “소르나” 복합 직물, 소르나 차별화사를 사용한 직물을 출품한다.

합성섬유·방직/기술개발력 살린 출품

유니치카 섬유는 이번 전시회에 3번째의 출전이 된다. 스트레치사 “Z-10” 사용 외에는 영구 도전성을 가지는 “메가나”, 흡방습 나일론 소재 “하이그라”, 축열 보온 소재 “서모트론”, 항균성을 가지는 나일론 소재 “바이오 라이너” 등 기능 소재를 중심으로 구성한다. 스포츠 웨어, 유니폼 전용 등의 소구를 실시한다.

처음 출전하는 오미켄시도 기능 레이온이 중심이다. 키친·키토산 섬유 “쿠라비온”, 광촉매 기능을 가지는 “썬 다이어”, 숯 비장탄 연입에 의한 “紀州備長炭纖維”, 스쿠알렌 연입으로 보습성이 특징인 “퍼포리스”, 온도조절 기능을 가지는 “97.6°F” 등을 사용한 니트 원단의 판촉을 꾀한다.

면 방적에서는 시키보가 2번째의 출전이 된다. “시키보 브랜드의 인지도 향상과 일본제 차별화 상재의 판매 촉진”을 노린다. 출품하는 것은 통기성, 흡한 속건성이 특징인 “아젝크”, PTT(폴리트리메틸렌텔레프탈레이트) 섬유를 사용하여 스트레치성이 특징인 “뉴파우어”. 연속 실켓사를 사용한 “피스코”, 트리아세테이트 섬유와 면 복중층사 “치코리노”, 나노텍 기술에 의한 기능 가공 “나노 스타일” 등. “홍보·선전·판촉 효과를 기대한다”.

방적에서는 저팬 퍼빌리온 이외에서의 출품도 있다. 日東紡은 日東紡(中國)으로서 5번째의 출전으로 접착 심지의 신규 고객 개척 등에 임한다.

日本毛織은 靑島 日本毛織物로서 출전한다. 지금까지는 일본 모직으로서 저팬 퍼빌리온에 출전하여 일본 제품을 소개하고 있었지만 가격면에서 구체적인 거래로 연결되지 않은 것이 현상이다.

이 때문에, 이번 전시회는 현지 기업 부스에 출전하여 중국 생산품에 의한 고객 개척을 본격화한다. 출품 내용은 울 100%로 스트레치성을 갖는 “아로스트레치”와 방추성이 있는 “트라베룩” 등이다.

다이토 리미티드는 大同利美特<상하이>로서의 출품으로 이번 2번째이다. 중국 기업의 부스이면서 “전회도 굳이 최고급 클래스의 제품을 전시하여 구미 브랜드로부터 높은 평가를 얻었다”. 이번에도 세계 기준으로 통용되는 탑 퀄리티의 원단, 봉제 기술을 어필할 생각이다.

일본이 뛰어난 기술 개발력을 살린 출품 내용이 특징적으로서 그 기술 개발력을 중국 시장이 인정하여 각사의 판매 증가로 연결될지 어떨지가 주목받는다.

상사(1) / 다채로운 소재와 구조를 제안

4번째 출전이 되는 伊藤忠商事는 부스를 기업끼리의 “만남의 장”이라고 평가한다. 홍미 본위의 고객도 섞이는 많은 내방객 중에서 실제의 장사로 연결되는 고객을 판별해 향후 중국 시장에서의 확대판매로 연결해 갈 방침이다.

이번 출전에서는 “의복으로 했을 때의 멋짐”을 추구한 화합섬이나 천연 섬유의 차별화 소재를 중심으로 제안한다고는 하지만 제품 샘플은 보조적인 출품에 그칠 예정으로 어디까지나 고감도, 고품질인 일본제 텍스타일이 주역으로 텍스타일 그 자체의 매력을 전면에 어필한다.

丸紅도 4번째의 출전이다. “고객층을 확대하여 신규 고객의 개척으로 연결되었다”고 지금까지의 출전을 평가한다. 이번 전시회는 “상품의 전시뿐만이 아니라, 그 자리에서의 상담을 노려 가고 싶다”고 타겟 고객을 압축한 클로즈드 형태의 전시 방식을 도입해 실제의 장사로 연결해 갈 방침이다.

출품하는 것은 캐주얼 의류용도 전용의 면 소재나 코트 전용의 세번수를 사용한 고밀도 직물, 울을 중심으로 한 고급 여성 아우터 소재, 트리아세테이트 소재의 여성 슈트 소재 등이다. 국내의 코어인 텍스타일 메이커도 약 20개사가 동사의 부스에 집결해 독자적인 차별화 소재를 전시한다.

동사는 벌써 각 지구에서 대리점과 결성하는 등 확대 판매 체제를 강화해 왔다. “향후에도 출전을 계속하고 싶다. 각지에 유능한 대리점을 개발해 한층 더 판매망을 펼쳐가고 싶다”고 중국내수를 향한 전략을 말한다.

도멘은 이번 전시회에 동사 독자적인 텍스타일 브랜드 “TOKYOBAY 컬렉션”을 출품한다. 일본과 제3국에서 독자적인 개발을 한 오리지널 상품으로 일본 제품만이 가능한 품질과 트렌드를 가한 여성복 전용의 합성 섬유 소재와 면 소재, 금년은 특히 천연 소재를 더한 복합 소재가 중심이 된다.

현지의 어패럴 메이커 등 고객의 수준이 크게 향상해 일본에 대해서 “좀 더 차별화한 것은 없는가”라고 하는 요구가 해마다 강해지고 있다. 거기에 따라 동사의 컬렉션의 독자성에 대한 평가도 높아져 왔다.

華南 에리어로부터 華中 에리어까지 현지의 판매 네트워크가 갖추어져 온 점도 있어 “이번은 4번째의 출전이지만 2004년부터 실적으로 연결되어 왔다”고 성과도 오르고 있다. 2005년에도 고정 고객은 개별적으로 대응하는 등의 공리로 더욱 실적을 쌓고 싶은 생각이다.

상사(2) / 실제 장사에 순조롭게 진전

야기는 중국에서는 아직 생산이 어려운 컷 소 소재에 오리지널 칼라를 붙여 재고, 판매하는 “상하이 텍스타일 프로젝트”를 전개하고 있다. 동 프로젝트에 출하 로트는 없고, 착분 판매로부터 대응한다. 생지도 리스크하여 별도 발주에 대해서도 약 2~3주안에 생산할 수 있다고 한다.

2번째의 출전이 되는 이번 전시회는 고객 확보에 공헌한 전회로부터 일단 진행해 “스톡 서비스를 어필하여 고객의 확대를 꾀한다”고 적극적인 자세를 보인다.

주된 출전 상품은 면 60%/모달 40%의 여성용 이너 소재, 면/모달 싱글 저지나, 폴리에스터/레이온의 베어 싱글 저지 등이다. 그 밖에도 텐셀 95%에 폴리우레탄 5%의 텐셀 베어 싱글 저지, 모달 70%/폴리에스터 30%의 모달 에스터 싱글 저지, 면 60%에 모달 40%의 면/모달 스무스 실켓 등을 출품한다.

4번째의 출전이 되는 新興産業은 일본에서 평가의 높은 기능 소재를 중국 내수를 주요 타겟으로 구미 바이어에게 소개한다. 입기 쉬움에 집착한 레이디 전용의 스트레치

소재나 웹 감이 있는 소재, 스포츠 캐주얼 전용의 소재나 스트레치계의 데님 소재 등이 중심이 된다.

과거 3회의 출전에서는 내방객과의 실제 장사로 결합된 케이스도 다수 있어 확대 판매를 향한 영업 맵도 할 수 있다. 현지 법인의 스태프가 중심이 되어 보충하고 있다. 향후는 종합 전시회뿐만이 아니라 좁힌 고객을 대상으로 한 개인전 전개도 시야에 넣는다.

蝶理도 4번째의 출전이다. 내방객 수가 해마다 증가해 “전시상재의 평가도 높고, “蝶理”라고 하는 회사명이 침투해 왔다”는 반응을 느끼고 있다. 가격, 납기, 로트의 면에서의 대응이 향후의 과제다. 이번 전시회는 기존의 고객에게는 상재 프리젠테이션의 기회로서 또 일본 상재를 살 수 있는 신규 고객의 개척도 목적으로 해 실제 장사로 이어갈 방침이다.

전시 상품은 재킷, 팬츠 전용의 화합섬 복합 소재나 아우터 웨어 전용의 고밀도 합성 섬유 직물 등 北陸 산지의 텍스타일을 중심으로 일본 제품의 고품질을 어필한다. 스웨드 터치의 부직포 “람스”는 재킷, 코트 전용 등 의류용으로 전개하는 것 외에 의자 덮개용 등 자재 용도에도 제안해 간다.

상사(3) / 일본 소재의 독자성 추구

東光商社は 3번째의 출전이 된다. 9월에는 독일의 “뮌헨 패브릭 스타트”전에 출전하는 등, 금년부터 텍스타일 수출에도 다시 힘을 쏟기 시작하고 있는 만큼 이번은 텍스타일 부문뿐만이 아니라 제품 사업을 다루는 국제 사업 부문 등 전 사업 부문에 본격 출전이 된다. 제품 전개도 포함해 중국을 중심으로 한 해외 시장의 확대를 꾀한다.

출전하는 상품은 춘하물에 추동물도 더한 풀 시즌 대응한다. 동사가 자랑으로 여기는 프린트 소재를 중심으로 감촉면에서 후가공을 한 아이템이나 커버링 등, 실에 특징이 있는 텍스타일을 전시한다. 바이오 가공 등 현지에서는 아직도 기술적으로 어려운 아이템 등, 메이드 인 저팬 퀄리티를 전면에 밝혀 어필한다. 또 독일에서 평가가 높았던 일본적인 감성을 밝힌 프린트 무늬에도 기대한다.

2번째의 출전이 되는 興和는 이번, 면을 중심으로 실크, 마, 레이온, 폴리에스터, 나일론이라고 하는 편성을 궁리한 복합 소재나 내추럴한 주름감을 나타낸 새로운 가공품 등, 일본 국내나 구미전용 수출로 평소 평가의 높은 상품을 전시한다.

처음 출전한 작년에는 일본 부스 중에서도 1, 2위를 다투는 내방객이 방문해 샘플 요구에도 모두 응했다. 그러나 이렇다 할 만한 수확으로는 연결되지 않았다. 이번은 그 경험을 살려 압축된 초대 고객을 주로 하여 일본 제품의 양호함을 차분히 소구할 방침

이다. “일본에서 밖에 만들 수 없는 기술을 살려, 부가가치의 높은 어느 소재를 제안한다”고, 메이드 인 저팬의 표현력의 가능성을 추구해 나간다.

상하이전은 2번째의 출전이 되는 모리린은 리오셀(텐셀)을 사용한 상품이 주력이 된다. 작년의 처음 출전시에는 에이전트를 찾는 등 어느 쪽인가 하면 시장 조사적인 이유가 강한 출전이였다. 이번 봄의 인터 텍스타일 북경전의 출전으로 리오셀을 코어로 한 전시를 실시해, 2006년 춘하용 상품으로 14~15 마크의 실적이 생긴 것에 의해 반응을 잡았다.

동사에서는 “상품적으로 받아들여졌다. 이 노선으로 진행시켜 나간다”고 저팬 퀄리티의 리오셀에 자신이 깊어지고 있다. 이번 전시에서는 동 버전으로서 리오셀/울을 제안하는 것 외에 리오셀 혼용의 데님 원단을 인기상품으로 해서 출전한다.

(다음에 계속)