

일본 최초의 니트 제품 종합 전시회 - 니트 산업의 복원 위하여 개최 <2/2>

[4] 컷 소

저팬 베스트 니트 셀렉션(JBKS)의 컷 소 존(cut sew zone)에는 14개사가 출품하였다. 주요 출전 상품(主要 出展 商品)으로서 소재를 하나의 제목으로 묶어 전시한 기업들은 도쿄에 거점을 갖고 있는 마루미(丸巳) 섬유를 비롯하여 마루와(丸和) 섬유 공업, 나카하시 메리야스(中橋 莫大小), 마쓰마루 등이었다.

마루미 섬유는 독자 루트(獨自 route)로 생지나 실을 수입한 우간다(Uganda)의 오가닉 코튼을 사용한 베이비 복(baby 服)을 중심으로 제안하였다. ‘페어 트레이드(Fair trade : 公正 去來)의 관점에서 NGO(non-governmental organization : 民間 公益 機構)를 통하여 이익의 일부를 그 나라에 돌려준다.’는 생각이다. 마루와 섬유 공업도 오가닉 코튼을 주체(主體)로 디자이너와의 공동 작업 브랜드(collaboration brand)를 출품하였다.

나카하시 메리야스는 오가닉 코튼이나 화지(和紙 : 일본 종이)로 만든 실을 사용한 새로운 저지(jersey)를 개발하여 구미로 제품을 수출한 실적이 있는 일본인 디자이너, 니터(knitter), 화지실 연사 업자(和紙絲 撚絲 業者)들과 협동으로 일본에서 만든 제품을 제안하였다. 동사(同社)는 뉴질랜드(NewZealand)의 텍스타일 메이커와 제휴하여 트레이서빌리티(traceability)를 추구하는 세탁 가능 울 저지(洗濯 可能 wool jersey)도 제공하였다. 마쓰마루는 캐시미어(cashmere) 100%나 슈퍼 파인 울(super fine wool) 등의 고급 수모를 사용한 것을 제안하였다.

가공이나 봉제 기술을 살린 제품을 제안하려고 노력한 출품자도 있었다. 도쿄에 있는 로단은 잉크젯(inkjet)이나 금박(金箔), 은박(銀箔), 플로키(flocky) 등의 프린트 가공을 비롯해, 자수나 레이스, 라인스톤(rhinestone : 보석으로 쓰이는 무색의 다면체 유리)이나 비즈(beads) 등을 장식한 부인복을 발표하였다. 장기(長技)인 본봉 기술로 니트 셔츠 컬러(knit

shirts collar)를 제조하는데 특화한 나카한 산업(中半 産業)은 심지를 살린 깃 앞 장식물(襟 前 裝飾物)에 특징을 만든 반개(半開 : 반 정도 앞이 열린) 니트 셔츠, 폴로(polo)에서는 보기 드문 대금(台衿 : collar와 연결되어 있는 부분)이 달린 폴로 셔츠 등을 출품하였다.

주력인 OEM에 보태어 독자적인 브랜드를 개발하여 자판(自販)하는 움직임도 활발하다. 부인복 브랜드 ‘산테테’를 판매하는 미혜(三惠) 메리야스는 ‘낡은 옷(古着)’을 의식하여 니트로 짠 속털(裏毛)이 있는 후드(hood)가 붙은 재킷이나 트레이너, 프랑스식 원형 편기(France式 圓型 編機)로 짠 이모 기모(裏毛 起毛)의 스웨트 수트(sweat suit : 운동 선수의 보온, 방한복) 등을 제안하였다. 프런티어 히구치도 부인복인 ‘슈 레이디스’를 메인으로 자사 공장의 오리지널로 ‘기존의 시장에 없는 제품의 창출을 목표’로 하고 있다.

부인 이너를 주력으로 하고 있는 다니가와는 리오셀(Lyocell)이나 오가닉 코튼의 베어 평편물(bare 平編物) 등 소프트한 소재 ‘F·T·Y’를 사용하여 기능적 가치를 부가한 상품을 발신하였다. 에이 걸즈는 으뜸가는 텍스타일 브랜드를 베이스로 PV 등 해외에서 높이 평가하는 소재나 제품을 제안하였다.

[5] 양말과 기타 니트 제품 - 기능성 등의 부가가치가

일본의 양말 시장은, 중국을 중심으로 한 해외로부터의 양말 제품 수입이 급증하면서 저가격 경쟁이 더욱 심해지고 있으며, 다른 한편으로는 기능 상품과 같은 고부가 가치 제품이 잘 경쟁하고 있다. 저팬 베스트 니트 셀렉션(JBKS)에서도 고부가 가치화를 추진하고 있는 9개사가 출품하였다.

스즈키 양말은 “소로트 단납기 저가격 시대(小 lot 短納期 低價格 時代)에 ‘좋은 것을 오랫동안’을 컨셉으로 니즈를 받아들이면서 가치있는 상품을 만들어 간다.”고 하며, 오리지널 소재(original 素材) ‘쌀겨 섬유 SK’를 사용한 많은 상품들을 제안하고 있다. 양말 외에 잠자리 장갑, 넥/레그 워머(neck/leg warmer), 속옷도 갖추었다.

이이다 양말은 이번에 착압 기술(着壓 技術)을 바탕으로 한 미(美)와 건강(健康)에 유익한 부인용 이너와 양말을 출품하였다. “수입 제품들이 모방할 수 없는 기능으로 특화하여, 신제품의 시장성을 알아내겠다.”고 말하고 있다. 부인·신사 양말을 손수 자판하고 있는 닛폰 아미모노(日本 編物)는 얇은 천으로 느슨한 피트 감(fit 感)이 있고 신축성(伸縮

性)이 좋으면서 낙낙 쾌적(樂樂 快適)하고, 고무실을 쓰지 않아 조이는 감이 없으면서도 흘러내리지 않는 ‘cocochi E(心地 E : 기분이 좋다.)’ 등의 일본산 상품을 출품하였다.

고마는 독자 기술을 베이스로, 최근에 자사 브랜드 ‘푸트 맥스(FOOT MAX)’를 발표하였다. ‘일어서는 삭스(socks)’라는 ‘3D sox(3次元 構造)’를 중심으로 고기능(高機能)·고품질(高品質) 양말을 제공하고 있다. “일본에 이만큼 정성껏 양말을 만들고 있는 기업이 있다는 것을 알려주기 바란다.”고 하며 출품한 뜻은 뜨거웠다.

효고 섬유 삭스(兵庫 纖維 socks)는 고급 브랜드 삭스를 조재료(粗材料)로부터 일관되게 생산하면서 키워온 디자인력을 표면(表面)으로 하여 출품하였다. 실크 100%를 비롯하여 캐시미어(cashmere)나 알파카(alpaca), 앙고라(Angora)와 같은 고급 천연 소재로 소재감도 찾아내고 있다. 레그 워머(leg warmer)나 오버 니(over knee)와 같은 패션성을 더한 것도 갖추고 있다.

와시오는 ‘루프(loop) 모양 그대로 기모한다.’는 자신있는 기술을 살린 이너나 양말을 제안하고 있다.

마쓰사카 매트릭스 테크노(松崎 matrix techno)는 어패럴 계(apparel 系)로는 삭스(socks)나 레깅스(leggings)가 있고, 생활 잡화계(生活 雜貨系)로는 보온 용도의 서포터 류(supporter 類)가 있으며, 의료계(醫療界)로는 공정 용도의 서포터 류를 출품하여 판로를 늘리려 하고 있다. 섬유부와 각종 편기의 자동 실 바꾸는 장치(自動 絲 切替 裝置)를 개발하여 제조하고 있는 기계부와의 연동으로 발전적인 새로운 것을 만들고 있다.

또한 협찬 출품한 시마세키 제작소는 “선발된 일본의 니트 제조업자들의 출품과 어패럴이나 디자이너, 소매업자 등이 관람자들과라는 점에서 니트에 관한 기계 메이커로서, 최첨단 기술로 만들어 낸 제품을 출품하였다.”고 말하였다.

처음으로 개최한 JBKS는 연사(撚絲), 편성(編成), 가공(加工)까지 일관되게 만들 수 있다는 것을 특징으로 하는 일본의 니트 산업을 복권하려는 시금석(試金石)이 될 것이다.♣