

이탈리아의 패션 기업 IT 홀딩의 파탄

- 글로벌 파문 일으켜

글로벌 불황이 본격화하면서 섬유 흐름의 상류 기업들이 행동을 크게 바꾸고 있다. 일본에서도 여러 합섬 메이커도 경영 행동을 바꾸고 있으며, 시키보 등 단섬유 상류 기업도 행동을 크게 바꾸고 있다. 이제까지와 같은 일본에서 해외로나 해외에서 일본으로와 같은 글로벌 대책(global 對策)을, 중점으로부터 행동의 폭을 넓혀 해외에서 해외로 사업을 넓히고 있는 것이 뚜렷해졌기 때문이다.

또 하나 빠뜨릴 수 없는 사례는 낮은 가격으로 센스가 좋은 섬유 제품을 판매하고 있는 H&M(HENNEX & MAURITZ 製造 小賣店)이 세계적인 증수 실적을 올렸으며, 이를 뒤따르고 있는 일본의 제조 소매점인 유니클로(UNIQLO)와 베스트 패션(best fashion)을 최소의 프라이스로 판매를 늘리고 있는 미국의 섬유 제품을 팔고 있는 포에버(For-ever) 21 등이 세계 시장에서 두각을 나타내고 있는데, 고급 유명 브랜드 섬유 제품 판매점들은 집집마다 판매가 불안한 상태에 빠져 있다.

그와 같은 판단 예(例)로 2009년 2월 26일에, 이탈리아의 유명 패션 브랜드의 ‘잔 프랑코 펠레’를 판매하고 있는 밀라노의 IT 홀딩의 경영이 파탄(破綻)에 이르렀다. 모든 일을 움직이는 흐름이 크게 변하였다는 것을 상징적으로 보여주고 있다.

◎ 중국세(中國勢)는 구주 고급 브랜드 섬유의 하청을 엿보고 있어

‘잔 프랑코 펠레, 존 갈리아노(John Galliano), 저스트 카발리(Just Cavalli)’ 등의 유명 브랜드와 관계가 깊은 IT 홀딩이 도산하면, 이에 관련된 종업원 약 3,000명의 생활에 큰 영향을 줄 것이다. IT 홀딩의 파탄은 IT 홀딩의 제조 자회사(製造 子會社)인 이티엘이 유명 브랜드 사용료(使用料)를 지불할 수 없게 되었기 때문이다.

도산의 연쇄 반응을 막기 위하여 이탈리아 정부는 파산을 방지하는 지원을 추진하려고 있다. 이탈리아의 패션 산업에는 약 80만 명이 종사하고 있으며, 약 3만에 이르는

패션 관계 판매 회사가 있기 때문이다.

그러나 2009년 3월말까지는 이탈리아 정부가 구체적으로 지원을 시작하고 있지 않다. 이미 이탈리아는 중급 이하의 섬유 제품을 포함하는 각종 제품을 중국 등 여러 저 코스트 국가(低 cost 國家)로부터의 수입 제품에 눌러, 패션 고급 의류가 그 위세를 떨치지 못할 상태로까지 몰리고 있다.

그 규모는 아직은 그리 크지 않지만 점차 세계적으로 커지기 시작하고 있다. 그러한 구체적인 사례로서는, 유명 브랜드의 판매권을 갖고 있는 일본의 큰 상사와 중국의 섬유 생산 업자가 제휴하여 중국 국내뿐만 아니라 해외로까지 판매를 추진하고 있기 때문이다.

2009년 2월의 파리 프리미어 비전(Paris Premier Vision)에도 중국의 산둥 여의 집단(山東 如意 集團)의 섬유 생산자가 처음으로 참가하여, 구미의 유명 어패럴이나 텍스타일의 브랜드 업자에게 직접 공급해 주는 길을 개척하고 있다.

이와 같은 움직임은 봉제 분야에서 베트남(Viet Nam), 방글라데시 등의 추격을 크게 받고 있는 중국으로서는 고급 제품 분야의 개척이 국시로 되어가고 있기 때문이다. 이를 중국 정부는 수출 지원 정책으로 강력하게 뒷받침하고 있다.

중국은 점차 심해지고 있는 글로벌 불황을 뚫고 나가는 방안으로 중국 국내 소비 확대 정책을 추진하기 위하여 2009년도에 경제 성장률을 8% 이상으로 바라보고 있는데, 수출이 확대되지 못하면 그림의 떡으로 될 가능성이 있다.

타개책으로서 중국은 2008년부터 여러 번 수출 증치세의 환부율(還付率)을 올려주고 있다. 환부율 인상은 수출 증가 정책에 대한 강한 의지를 보여주는 것으로 볼 수 있다. 이것을 입증하는 것이 GDP(gross domestic product : 國內 總生産)에 대한 수출 비율이다. 그 금액은 중국 GDP의 37%를 차지하며, 일본의 15%와 비교하면 그 금액은 매우 크다.

중국도 세계적인 불황으로 2009년 2월의 수출은 2008년 2월과 비교하여 25.9% 감소하고 있으며, 4개월 연속으로 마이너스가 되고 있는데 이러한 상황은 중국에게도 어렵다. 수출 관련 기업의 약 60%가 외자계 기업으로 되어 있어, 수출 증진은 외자 기업이 마음 먹기에 따라 이루어지게 되어 있는 것이 약점이다. 이를 위한 사탕발림 정책이 증치세 환부율 인상이라고 볼 수 있다.

중국은 수출이 감소하여 경제가 물속으로 가라앉으면 안 된다고 하여, 국내 자본을 키워 튼튼하게 만들려고 노력하고 있다. 그러나 생산 제품의 대부분은 중국 국내의 경제를 위한 것이 아니라는 것이 중국 경제의 약점이다.

중국 국내 소비를 키우려 하여도, GDP가 중국 국내 경제에 적합하게 산업을 다시 짜서 보완할 만한 시간적 여유가 있을 것 같지 않다. 그래서 중국은 당분간 수출에 의존하지 않으면 안 된다.

앞으로 주목되는 것은 중국이 대미 수출에서 차지하는 경상 흑자의 비율이다. 중국은 2006년 이후로 여러 나라 중에서 대미 수출에서 제 1위를 계속 차지하고 있다. 중국의 대미 경상 흑자액은 2008년에 일본의 대미 경상 흑자의 몇 배가 된다. EU로의 경상 흑자도 크다. 2009년부터 미국은 경상 적자를 줄이고 있어, 중국은 섬유 제품을 포함한 각 제품의 수출이 감소하면 나라의 경제는 유지되기 어렵다. 그럴수록 수출 지원 정책은 앞으로 한층 더 높아질 것이다.

현상에서는 중국 섬유 제품의 수출액은 미국으로의 수출과 EU로의 수출이 모두 큰 비중을 차지하므로 중국이 앞으로 섬유 제품을 저가격 제품과 함께 고급 제품도 확대해 갈수록, 이탈리아, 프랑스의 패션 업계와 이를 받쳐주는 이탈리아, 프랑스의 섬유 공업에 미치는 충격도는 커질 것이다.

특히 섬유 기업수가 많은 이탈리아의 경우, 이제까지 비교적 견재하였던 고급 제품 대상의 텍스타일 공업은 규모를 축소하지 않을 수 없는 가능성이 크다.♣