

일본 정부 - 섬유 패션 연구회를 새로 설치

일본 경제 산업성(經濟 産業省)은 ‘앞으로 섬유·패션 산업이 갖추어야 할 본연의 자세에 관한 연구회’의 첫 회합을 지난 2009년 12월 4일에 개최하였다.

최신 섬유 비전(纖維 Vision)은 2007년에 완성되었는데 리먼 쇼크(Lehman shock) 후로 세계적인 경제 불황과 저가격 지향뿐만 아니라 소비자 의식 변화 등을 바탕으로 새로운 성장 전략 지침을 내세우게 될 것이다.

일본 정부의 경제 산업 대신(大臣 : 우리의 長官)은 회의 첫머리에 “새로운 정권(政權 : 日本의 民主堂)이 발족한지 3개월 되었는데 앞으로 어떻게 나라를 부유토록 하느냐를 플랜으로 짜내는 시기”라고 이 연구회의 의의를 말하였다.

여러 위원들로부터 다양한 지적이 있었다. “엔고(円高)와 온난화 대책으로 공장을 해외로 더욱 옮김으로써, 공동화가 걱정스럽다. 테크 텍스타일(tech textile) 등의 연구 개발이 열쇠를 쥐고 있다. SCM(supply chain management : 受發注 · 資材 調達 · 在庫 管理 · 製品 配送을 computer로 종합적으로 관리하는 방법) 구축이 산업 진흥에 직결되어 있지 않다. 정보의 공유화가 어렵고, 누가 깃발을 잡고 앞장서서 업계의 진로나 행동을 지휘하는지를 분명하게 하지 않으면 성과가 안 오를 것이다. 정보를 공유화할 수 없어 생산 공정의 상류와 중류가 안심하고 생산해 나갈 수가 없다. 다른 나라와의 차별화가 필요하다고 하여 열심히 개발해 왔는데 리먼 쇼크 후로는 노멀 제품(normal 製品)으로도 상관없다는 풍조가 생겨 차별화 정책이 인정받지 못하고 있다. 산지는 계속 축소되고 있는데 수요가 크게 줄었으면서도 커패시티(capacity)가 오버되기도 하는 곤경 속에 있다. 세계는 아시아 시장을 주목하고 있다. 일본 국내의 성숙 시장에서 키워온 경험을 해외에서 살리는 전략이 통하지 않는다. 기술만 있으면 이길 수 있는 것이 아니고 그것을 마켓으로 이어주는 조직 내부에서 연동하는 방식이 중요하다.”는 등의 지적들이 있었다.

최후로 제조국장은 “이번 섬유 비전은 잘 만들어졌다고 실감하였다. 그 지침을 실행하지 못하는 이유를 찾아보겠다. 키 워드(key word)의 차별화라는 뜻은 ‘다르다고 하는 것

보다도 니즈(needs)에 적합하게 응답하고 있느냐'는 것이다. SCM은 선두 지휘(先頭 指揮)가 없으면 기능을 발휘하지 못하며 마켓에 가까운 소매의 역할이 오직 혼자만이 아니고 중류 기업도 가능하다. 3월의 답신(答信)에서 발전할 수 있는 구상을 내놓기 바란다.”고 지적하였다.

연구회의 하부 조직으로서 패션 WG(Fashion Working Group)와 해외 시장 WG(海外 市場 Working group)의 두 그룹을 만들고 보다 더 구체적으로 상세하게 검토할 것이다. 해외 시장 WG는 이 연구회가 발족하기 전인 11월 말에 설립 준비 회합(設立 準備 會合)을 열었다. 이 회합에서는 무엇보다도 산지가 위기적 상황 속에서 고난을 겪고 있다는 것이 강력하게 지적되었다.

이 연구회는 ‘성장 전략’의 안을 만들기 위하여 제조 산업국에서 추진하는 연구회의 하나로 이미 ‘물 비즈니스, 차세대 자동차, 화학 비전(化學 Vision), 바이오(bio)’의 4개 첨단 분야로 출발하고 있다. 이들 4개 분야와 어깨를 나란히 하여 섬유 패션 산업에 이 연구회가 만들어졌다는 의미는 매우 크다.♣