

저팬 얀 페어 - 섬유 제품의 시작은 실로부터 <1/4>

◎ 이제는 새로운 소재를 개발하는 길 밖에 없다.

아이치현 이치노미야시에서 2010년 2월에 개최된 저팬 얀 페어(Japan Yarn Fair)는 이번에도 성황을 이루었다. 여전히 의류 제품은 잘 안 팔리고 시장은 저가격화로 실을 판매하는 환경은 극히 나쁜데도 출품한 각사들은 “새상품 개발에 도전하겠다.”는 자세를 표면에 잘 나타낸 전시회가 되었다.

이번 전시회에서 각사가 출품한 소재에는 몇 가지 공통점이 있었는데 특히 주목을 끈 것은 기능(機能)이었다. 이도추 상사(伊藤忠 商事)의 접촉 냉감(接觸 冷感) 기능을 갖춘 초장면사(超長綿絲) ‘아이스 코튼(Ice cotton)’이나 도호 텍스타일(東邦 textile)의 흡습 발열사인 ‘솔리스트 서모(soliste thermo)’ 등 각사가 우선적으로 강력하게 추천하는 기능 소재들이 나란히 전시되었을 뿐만 아니라, 이제까지 생지에서는 후가공하는 것이 주류였던 소재도 실 단계에서 가공을 적절하게 처리함으로써, 장갑이나 양말 등의 새로운 용도로 제안하고 있는 것을 볼 수 있었다.

다른 한편으로 판매면의 기능에서도 스톡(stock) 판매를 정상적으로 키우려는 움직임이 빨라졌다. 실크(silk) 전문 상사인 마쓰무라(松村)는 이 회사로서는 처음으로 견방 색사(絹紡 色絲)의 60가지 색의 60수 이합 연사와 120수 이합 연사인 ‘코콘’을 판매하였다. 산코(三甲) 텍스타일은 초극세 울(超極細 wool)에 ‘바소란 가공’을 한 72번수의 32가지 색의 3합연사(3合撚絲)를 판매하기 시작하였다. 일본뿐 아니라 중국에서도 보세 창고에 재고하여 언제라도 수요자에게 공급할 수 있는 편리성을 만들어냈다.

다품종 소로트(多品種 小lot)에 대한 요망이 한층 커지고 있는 상황에서 이에 대응하려는 움직임도 잘 봐야 한다. 제일 방적(第一紡績)은 공장 레이아웃(lay-out : 시설의 배열)을 크게 바꾸어 별도 주문 시스템(別途 注文 system)인 ‘QR 2.3W’를 도입하였다. 주문 수량은 200kg부터이며 10 ~ 60번수까지의 오리지널 실은 2 ~ 3 주 정도이면 제공할 수 있다.

신나이가이멘(新内外綿)은 일찍부터 ‘하야이 얀(빠른 실)’에 의한 다품종 소로트 생산

시스템을 확립해 왔는데, 공장을 자동화하는데 따른 생산 효율 향상과 코스트 삭감을 추진함으로써 ‘더욱 비용이 더 들어가게 되는 소로트와 QR의 요망’에 대하여 온 힘을 다하여 대응하고 있다.

도요지마(豊島)에서는 물론 에코(eco)가 중점 전략(重占 政略)인데, 오가닉 면(organic cotton)인 ‘오거비츠(orgabitz)’를 많은 용도로 넓히며, 소재 부문을 뛰어넘은 개발팀인 ‘그린 그린(green grin)’을 시동(始動)시켜 제품까지 연결된 비즈니스를 확대하고 있다. 도스코는 자기 회사에서 품종 개량한 오가닉 라미(organic ramie)가 2010년 6월에 수확할 예정이며, 2011년 춘하절용부터 판매토록 계획하고 있다.

각 사가 가장 어필하고 싶은 독자성(獨自性)에 대한 부분도 이번 기회에 두드러지고 있다. 주위에 크게 울린 것은 시키보의 레이저·마킹 섬유(laser marking 纖維)이다. 이미 7년 전에 개발한 기술인데 브랜드 위조 방지(偽造 防止) 등에 유용성이 있어 부스(booth)에서 담당자 설명을 듣는 관람자들이 여러 명 있었다.

시장 동향은 불황과 저가격화로 매우 어려운 상황이지만 중소 어패럴을 중심으로 아직도 소재에 전념하는 자세를 보이고 있는 기업이 많다. “이제는 소재를 계속해서 개발하지 않으면 살아남을 수 없다.”는 소리가 들려오고 있는 상황에서, 생산뿐 아니라 판매 면에서도 독자성을 찾는 것이 각사에게 있어 앞으로 큰 과제가 될 것이다.♣