

일본 방적의 셔츠지

- 2010년 춘하절은 기능성 드레스 셔츠 시대로

리먼 쇼크(Lehman shock) 이후로 의류 제품은 저가격을 찾는 경향이 단숨에 뚜렷이 나타났지만, 오래 전부터 저가격화의 흐름 속에서 영향을 받아온 것이 드레스 셔츠(dress shirts)이다. 현재 시장에서 유통되고 있는 셔츠의 볼륨 존(volume zone)은 셔츠 한 장에 1,900엔 대(臺)로 되어 있다. 이와 같은 가격대의 상품에서는 일본의 방적 텍스타일이 끼어들 만한 여지는 없다. 다른 한편으로 셔츠 어패럴 업자에게도 저가격화는 수익을 압박하고 있다.

그러므로 방적 각사 모두가 볼륨 존의 가격을 끌어올리는 데에 열심이다. “원 프라이스(one price : 소매에서 모든 상품을 하나의 가격, 예를 들면 ‘천원’으로 판매하는 방식)로 되어 있는 상품군을 소비자가 구입토록 하기 위하여 한층 더 주목을 끌게 하고 있는 것이 기능 소재이다. 드레스 셔츠도 기능성의 시대가 다가오고 있다.

‘쿨 비즈(Cool biz)’를 준비해 놓고 있으면서, 2010년 춘하절에는 방적의 양감 셔츠지(涼感 shirts地)가 호평을 받았다. 이런 흐름에서 2010년 추동절에서는 발열 소재가 주목을 받을 것 같다. 기능성 이너(機能性 inner)의 인기가 드레스 셔츠에도 영향을 미쳤다고 볼 수 있다. 실제로 셔츠 어패럴 기업의 2010년 추동절 기획에서는 발열 소재를 사용한 상품이 연달아 등장하였다. 야마키(山喜)는 도요보(東洋紡)의 아크릴레이트계 섬유(acrylate系纖維)의 ‘엑스’를 요크(Yoke : 시트·윗도리·블라우스·스커트 따위의 어깨) 부분에 사용한 발열 보온 셔츠(發熱 保溫 shirts)를 개발하였으며, 알프스 셔츠(Alps shirts)는 시키보의 ‘서모스톡(thermo-stock)’ 등을 채용한 보온 셔츠를 판매하려 하고 있다.

이와 같이 2010년에 기능성 셔츠 시대를 최초로 시작하는 것은 쿨 비즈(Cool-biz)가 될 것 같다. 각 어패럴 기업들도 머리를 짜서 고안한 양감 셔츠를 줄줄이 세워 놓고 있다. 그리고 이런 분야가 바로 일본 방적 텍스타일의 셔츠지가 살아남을 새로운 길로서 떠올랐다고 말할 수 있다.

◎ 시키보 - 특수직·기능 소재를 중요시, 새로운 구조 만들어 활로를 만들어 내

시키보는 “메이커로서 새로운 상품을 만드는 조직을 짜서 활로를 만들어낸다.”고 하여 일본 내외의 생산 거점을 활용함으로써 소재를 개발하고 제안하는 데에 노력하고 있다. 특히 백색(白色) 정번 소재(定番 素材)를 부활시키고 독자 소재를 적극적으로 제안하고 있다.

이 회사는 계속 백색 정번품(定番品)을 강화해 오고 있다. 인도네시아에 있는 자회사(子會社)인 멜텍스의 그레이직(grey織)과 표백 가공을 활용한 소재를 제안해 온 결과, 2010년 추동절용 등에서 성과도 올랐다.

다른 한편으로 볼륨·존을 만들어 낸 중국 협력 공장(中國 協力 工場)에서 생산하고 있는 선염 생지는 중국의 현지에서 있는 손 큰 방직 기업과의 경합이 심해져서 고전(苦戰)하고 있다.

이 회사에서는 “서츠지는 메이커로서의 조직을 활용하여 활로를 찾아내는 수밖에 없다.”고 강조하고 있다. 멜텍스에서 생산하는 백색과, 중국에서 생산하는 선염에 추가하여, 태국의 협력 공장에서 생산하는 도비 생지(dobby 生地) 등에, 시키보 고난(數紡 江南)의 특수 가공, 반슈 산지(播州 產地)에서 위탁 생산하고 있는 고급 선염 생지 등을 짜 맞추어 고객 니즈(顧客 needs)에 맞춘 상품 내용과 가격을 적절하게 조절하고 있다.

소재면에서는 기능 소재나 특수직 소재를 강화하고 있다. 2010년 춘하절용으로도 아제 쿠라직(校倉織) 소재인 ‘아젝’이나 트레할로스 가공 생지(Trehalose 加工 生地)인 ‘트레하 쿨(Treha Cool)’ 등의 양감 소재(凉感 素材)가 호평을 받았다.

그래서 2010년 추동절에는 ‘마그마 텍(magma tech)’ 등의 보온 소재를 중점적으로 제안하고 있다. 백정번(白定番)을 강화할 뿐만 아니라 2011년 춘하절용으로도 아젝 등의 독자성이 있는 차별화 소재를 전시장의 앞줄에 내놓음으로써 방적 텍스타일의 서츠지로서 특색을 크게 드러내고 있다.

◎ 닛신보 텍스타일 - 형태 안정 셔츠 아폴로 코트가 호평 받아

닛신보 텍스타일 2009년에 마침내 성공하여 발표한 형태 안정 셔츠(形態 安定 shirts)인 ‘아폴로 코트(Apollo-cot)’가 호평을 받았다. 당초의 예상을 크게 웃도는 수량을 판매하게

될 것 같다.

이 회사에서는 앞으로도 아폴로 코트를 정점 상품(頂點 商品)으로서 형태 안정이나 방오(防汚)뿐 아니라 양감 등의 착용감에 초점을 맞춘 셔츠지를 더욱 충실하게 하도록 노력하고 있다.

아폴로 코트의 호평뿐 아니라 백색 정번 소재(白色 定番 素材)도 시황이 나쁜데도 비교적 안정되어 판매되고 있다. 중국 생산이 중심으로 되어 있는 정번 선염 생지(定番 先染 生地)도 양가 집단(集團) 등과 우호 관계가 있는 현지 방직 기업과의 사업 추진이 성공하고 있다.

스트레치 셔츠지(stretch shirts地)도 판매량이 늘었다. 전체적으로는 드레스 셔츠의 실루엣(silhouette)이 샤프(sharp)하게 된 것이 요인이다. 방오가공(防汚加工)인 ‘듀얼 클린(Dual Clean) III’도 양관점이나 로드 사이드 (road side : 道路邊) 점포(店鋪) 용도로 정번화하였다. 이와 같은 상황에서 이 회사에서는 계속 아폴로 코트를 정점 상품으로 ‘SSP 가공’ 등의 형태 안정과 방오가공뿐 아니라 제직 조직이나 후가공에 의한 양감 소재와 같은 착용감을 중요시한 소재를 제안할 생각이다.

해외에 있는 생산 체제를 강화하는 것도 2010년도의 과제이다. 이제까지도 정번 생지(定番 生地)의 ‘룸 스테이트(loom-state : 機械에서 들어낸 직물)’ 생산은 인도네시아 자회사(子會社)에서 해 왔는데, 앞으로는 이를 증강할 예정이다. 해외에서 일관 생산으로 정번 존(定番 zone)의 경쟁력을 강화하려 하고 있다. 동시에 산지 기업에서 위탁 생산하는 차별화 제품은 고객으로부터 메이드 인 저팬의 니즈가 매우 높다고 보고 앞으로도 일본 국내 생산, 가공을 굳게 지킬 방침이다.

◎ 도요보 STC - VP 가공의 존재감 높여 셔츠 사업을 재구축

도요보 스페셜티즈 트레이딩(STC)은 독자적인 면 100% 형태 안정 가공, VP 가공을 다시 어필할 생각이다. 경영이 파탄된 도미야 어패럴의 사업을 계승한 각 회사와의 사이에서 계속 거래에 대한 교섭이 순조롭게 추진되고 있다.

이 회사는 이제까지 VP 가공을 ‘미라클 케어(miracle care)’ 브랜드로 셔츠 분야에서는 도미야 어패럴을 주력 거래선으로 해왔다. VP 가공은 제품 가공을 위하여, 가공기를 도

미야 어패럴의 일본 국내 봉제 자회사와 베트남 봉제 자회사에 대여하는 상태였다. 2009년 2월에 도미야 어패럴의 경영이 파탄난 일로, VP 가공 제품의 생산과 판매가 사실상 정지(stop)되어 있었다.

그래서 2009년 1년 동안에 VP 가공을 재구축한 결과, 거래를 계속할만한 전망이 점차로 좋아지고 있다. 제일 먼저 VP 가공기 1대가 설치되어 있던 도미야 어패럴의 생산 자회사(子會社)가 히도요시라는 이름으로 다시 출발하였다. 손 큰 어패럴인 브랜드 셔츠 OEM 메이커(band shirts OEM maker)로서 사업을 추진하기로 되어, 계속 VP 가공 셔츠를 제조 판매하기로 결정되었다. 또한 해외 공장에서는 도미야 어패럴의 전문점(專門店)·양판점(量販店)을 대상으로 하는 셔츠 제조 판매 사업을 이어 받은 이도추 상사(伊藤忠 商事)와 VP 가공 셔츠의 거래를 계속하는 것을 교섭하고 있다.

도요보 STC에서는 다시 VP 가공의 존재감을 내세움으로써 셔츠 사업을 재구축할 방침이다.♣