

일본 면방적의 침장 텍스타일 전략 <1/2>

일본의 면방적 간부 중에 “침장은 면방적 텍스타일 부문에서 중요한 분야이다.”라고 말하는 사람도 있다. 천연 섬유가 우선적으로 사용되는 시장의 니즈(needs)에 비교적 베이식(basic)한 생지로 되어 있는 대 로트(大 lot)나 중(中) 로트를 중심으로 판매되는 등 방적 텍스타일의 강점을 잘 보여줄 수 있는 용도이기 때문이다. 그런데 그것은 동시에 가장 심한 국제 경쟁의 타전이기도 하다는 것을 의미한다. 또한 침장 제품의 수요도 점차 줄어가는 경향을 보이기도 오래되었다.

그래서 각 방적 회사들은 새로운 수요를 열심히 찾아내려 노력하고 있다. 그 중의 하나가 기능 소재이다. 의류 제품 분야(衣類 製品 分野)에서 이들이 치열하게 경쟁하게 될 소재들이 발열 소재나 양감 소재들이다. 더욱이 생산의 글로벌화(global化)와 봉제측 등의 반제품(半製品) 또한 생활 잡화 등의 리빙 제품(living 製品)의 판매 강화도 피해갈 길이 없다. 주력 거래선인 이불잇 도매상 침구 메이커도 제품 사업을 강화하고 있으며, 이들에게 제품을 납입하는 니즈가 커졌기 때문이다. 여기서는 면방적의 침장 텍스타일 리빙 제품 전략(寢裝 textile living 製品 戰略)을 살펴보았다.

◎ 시키보 - 중국 자회사의 생산이 궤도에 올라

시키보는 중국 자(子)회사인 후저우 시키시마 복방직품(湖州 敷島 福紡織品)의 프린트와 상하이 시키시마 가용 방직(上海 敷島 家用 紡織)의 봉제가 순조롭게 궤도에 오르기 시작하였다. 봉제측 · 커버링(covering)뿐만 아니라 생활 잡화 제품(生活 雜貨 製品)의 생산도 확대하고 있다. 다른 한편으로 이불잇에서는 전략 소재인 ‘듀얼 액션(Dual Action)’을 침장 분야로도 도입하고 있다.

현재 중국에서의 프린트는 월산(月産) 45만 미터(m) 규모이며 봉제는 커버링 환산으로 월산 4만 매 규모까지 확대하였다. 정변품으로서 생산하고 있을 뿐만 아니라 최근에는 독자적으로 개발한 고발색(高發色) 가공인 ‘프루리아’를 내세우는 등 기술력도 높아졌다. 이 회사에서는 가공의 글로벌화를 추진하고 있으며 후저우 시키시마 복방직품(湖州 敷島

福紡織品)을 거점으로 현지 염색 공장(染色 工場)과의 제휴로 가공 내용이 충실하도록 추진하고 있다. 또한 가정의 물에 관한 용품이나 세면 화장품류(toiletry) 등의 생활 잡화 제품의 생산, 판매도 늘고 있다. 이제 중국 생산의 20%는 생활 잡화 제품이다.

다른 한편으로商量(商量)의 반수(半數) 이상을 차지하는 일본산 침장 텍스타일은 전략 소재인 듀얼 액션을 본격적으로 도입하고 있다. 또한 기능 가공에도 힘을 쓰고 있으며 트레할로스(Trehalose) 가공을 한 양감 소재(凉感 素材)인 ‘트레하쿨(Trehacool)’이나 발열 보온 소재인 ‘서모스톡(Thermo-stock)’ 등을 침장 텍스타일 분야로 응용할 생각이다.

이 회사에서는 일본 국내 생산은 고부가 가치화(高附加 價値化)를 추진함과 동시에 해외 생산의 정변품과 제품의 확대에 업용(業用)을 유지, 확대하는 것을 기본 전략으로 정하고 있다.

◎ 구라보 - 클렌제, 이브릭 등의 히트 소재도 침장을 개발

구라보는 침장 텍스타일 외에도 리빙 제품(living 製品) 등의 홈 패션 전반(home fashion 全般)에 대한 소재, 제품을 제안하는 데에 주력하고 있다. 특히 중점적으로 추진하고 있는 것이 바이오메틱(biometric : 生體 模倣)으로 옷이나 이불 등의 속에 넣는 솜인 ‘에어 플레이크(air-flake)’이며, 이를 채용하려는 움직임도 빠르다.

에어 플레이크는 다운(down : 오리 솜털)의 형상을 생체 모방한 솜털 솜 소재이다. 뛰어난 경량성(輕量性), 보온성(保溫性), 복원성(復原性 : 기울어진 것이 정상 상태로 되돌아가려는 성질) 외에도 기능성을 얹어주는 것이 가능하다. 합섬 솜이라서 다루기가 쉽고 가정 세탁도 가능하다. 이제는 이 솜을 채용하려는 움직임도 빨라졌다. 우선은 베개로 상품화가 추진되었다. 일본 국내에서 그런대로 잘 되고 있으며, 봉제 협력 공장과의 제휴로 제품을 납입하고 있었다. 이 회사에서는 계속 이불 용도를 개척하고 있다.

단순히 오리털 대신으로 바꾸는 것은 소비자를 납득시키는 힘이 약하기 때문에 세탁이 가능하든가 청결성을 설득시키는 포인트로 하고, 항균(抗菌)·방취(防臭)나 소취(消臭)와 같은 기능성을 덧붙임으로써 부가 가치를 올려 제안할 생각이다.

텍스타일에 관하여는 기능 소재를 중점적으로 제안하려 하고 있다. ‘자일리톨(Xylitol)’가공한 ‘쿨레이’가 큰 유통이나 통관용으로서 히트(hit) 상품이 되는 등 큰 성과도 나오고

있다. 앞으로 특히 살려나가야 할 상품이 항바이러스 가공(抗virus 加工) 생지(生地)인 ‘클렌제(Clense)’이다. 키즈(kids)나 베이비(baby)용으로 문의가 많으며, 이미 견본필(見本疋)도 내놓기 시작하였다.

또한 전자선 그래프트 중합 가공 생지(電子線 graft 重合 加工 生地)인 ‘이브릭(EBRIQ)’도 흡습 발열 기능(吸濕 發熱 機能) 버전(version)을 추동절용으로 제안하고 있다. 이브릭 방염도 견본필이 시중에 나가기 시작하였다.♣