

일본의 텍스타일 업계

- 위기를 의식하며 중장기 그랜드 비전을 갈망

일본의 텍스타일 업계는 2010년을 맞이하면서 여전히 축소되고 있는 국내 상점의 어려운 상황을 어떻게 뚫고 나가야 할지가 과제가 되고 있다. 여러 산지에서는 존망의 위기를 하소연하는 소리가 나날이 많아지고만 있다. 바로 눈앞의 긴급 대책과 동시에 새로운 시대에 적합한 중장기적 그랜드 비전(grand vision)이 한시라도 빨리 발표되기를 갈망하고 있다.

◎ 경제 산업성에서 섬유 산업에 관한 연구회를 만들고, 워킹 그룹 활동 시작

경제 산업성은 일본의 성장 전략을 짜는데 있어 섬유 산업을 유망한 산업 중의 하나로 정하고, ‘앞으로의 섬유 패션 산업의 바람직한 모습에 관한 연구회’를 2009년 12월 4일 만들었다.

“일본 국내산지는 붕괴의 갈림길에 있다.” “일본산 직물, 편물, 염색은 필요 없으며 수입품으로 충분한가” 이 연구회의 제 1회 회의와 하부 조직인 워킹 그룹(working group : WG)에서는 이와 같은 지적이 여러 번 나왔다.

이들 회의에서는 섬유 비전(纖維 vision)이 지금도 유효한 지침이 된다는 것에 많은 사람의 의견이 일치하였다. 그런데 내세운 목표는 실현되지 않고 있으며, 각사가 자조 노력(自助 努力)으로 살아남으려면 지침으로 만들기 위하여 목표를 하나씩 달성하기 위한 구체적인 수법과 타임 스케줄(time schedule)을 분명히 밝히는 것이 바람직하다. 그들 목표 중의 하나인 해외에서의 시장 확대는 유망한 해결책인데 실제로는 쉽지가 않다. 뜻대로 잘 되지 않는 자금이나 인재의 확보, 제약이 많은 공적 지원, 무엇보다도 엔고(円高), 심각한 문제가 되고 있는 ‘복제 문제(copy 問題)’ 등의 어려운 문제가 잔뜩 싸여 있다.

한때는 수출의 기둥이었던 잠정 8조(暫定 8條)를 사용하여, 되돌아 갖고 오는 수출은 2001년에 2,936억 엔을 피크(peak)로 2007년까지는 2,800억 엔 넘는 수준을 유지하고 있었

는데 2008년에는 2,523억 엔으로 감소하였고 2009년에는 1,765억 엔까지 떨어진 것으로 추측된다. 백화점이나 양판점의 의류 판매액이 크게 떨어진 영향도 있지만 급격한 디플레이션(deflation)을 반영하여 해외 제품으로 교체된 영향은 부정할 수 없다.

제 1회 해외 시장 WG은 2009년 12월 25일에 개최되었다. 이 WG에서는 수출 지원책에 대하여 도쿄를 포함한 국내외의 주요 대도시에 쇼룸(show room)과 기능이 있는 거점을 만드는 것이 필요하다는 점에서 의견이 일치하였다.

거점의 운영 방침에 대하여는 다양한 의견이 나왔다. 과거의 실패 사례로부터, 쇼룸은 갖고 온 샘플을 모두 진열해야 하는 것이 아니고 편집하여 보기에 좋은 전시가 되도록 정기적으로 상품을 갱신하여, 무엇보다도 적절하고 정확하게 진열된 상품을 설명할 수 있는 판매원이 필요하다는 것이 지적되었다. 그것은 정보의 수집 거점이며 영업의 기반이 된다.

수출 대상으로서 중국이 가장 기대되고 있다. 다만 최고급 제품을 찾는 중국의 국민성에서부터, 구미에서의 판매 실적이 판촉에 매우 효과적이라고 생각되고 있다. 컬러 베리에이션(color variation), 견본필(見本疋)을 바로 출하(出荷)할 수 있게 일정량을 자사 리스크로 생산해 두는 필요성도 강조되었다.

경제 산업성이 만든 연구회는 5개가 있는데 그중에서도 섬유 업계는 위기감이 강하고, 진지하여 현실적인 토의가 있었다고 관계자는 평가하고 있다. 이 연구회나 WG을 통하여 효과적인 정책을 만드는데 적극적으로 반영시키면서, 관민 일체(官民 一體)가 되어 어려운 상황을 타개하기 위해 착실하게 전진하기를 기대하고 있다.♣