

섬유 업계에서 들려오는 토막 소식들 <5>

◎ 중국의 부동산 버블 언제 터질까

중국의 부동산 버블이 2011년에는 터질 것이라는 소문이 있다. 인터넷에 떠돌아다니는 풍문이겠지만 일본의 버블이 참고로 비교되고 있다.

일본의 버블이 폭발적으로 증가한 계기는 85년의 플라자 합의에 따라 엔화가 높아졌을 때였다. 86년부터 저금리 정책으로 남아돌던 자금이 투기 자금이 되어 부동산 시세가 급격히 올랐고, 피크를 거쳐 1991년에 버블이 터졌다. 중국의 인민 위안은 2005년부터 올랐고, 2006년부터 오르기 시작한 부동산은 일본과 같이 6년 후인 2011년에 거품이 터지게 아닌가 하는 소문이 돌고 있는 것이다.

시세가 오르는 현상만을 보면 그 당시의 일본과 지금의 중국은 어떻게 보면 비슷하게 보이지만, 우선 국제적인 경제 정세가 서로 다르다. 그리고 일본은 저성장이었고 은행은 아무런 규제를 받지 않아 자유로웠다. 중국은 고성장이 계속되고 있고 정부에 의한 금융기관 컨트롤이 잘 지켜지고 있다. 그 뿐만 아니라 부동산 투기를 억제하려는 자세를 보이기 시작하였다.

단순히 보더라도 중국 정세가 일본과 같지는 않다. 주목해야 할 것은 “서서히 위험해진다.”하는 경계감이 민중으로부터 나오고 있다는 것이다. 높은 사람이 말하는 것보다는 향간의 소문이 더 효과가 있을 수도…….

◎ 브라질 패션 위크에서 FIAT 차도 제안

브라질의 패션 위크 전시회에서는 페인트(paint)로 피아트(FIAT : 1889년 설정된 이탈리아 최대 자동차 제조업체)가 장식되어 패션과 자동차를 함께 제안하고 있었다. 이번에는 “초보 크리에이터즈 프로젝트(creators project)와 FIAT의 컬래머레이션(collaboration : 協業)을 계기로, 일본에서도 이런 협업이 널리 퍼지면……”이라고 JFW(Japan Fashion Week)의 추진 기구 이사(推進 機構 理事)는 말하였다.

피아트 그룹 오토모빌즈 저팬(FIAT group automobils Japan)은 JFW의 젊은 디자이너를 지원해주는 프로젝트 ‘초보 크리에이터즈 프로젝트’에 협찬하였다.

피아트 아오야마(青山)의 피아트 카페(FIAT Cafe)를 작품 전시회장으로 제공하기로 하고, 디자이너가 피아트를 위한 스페셜 아이템을 제작하는 등 다양한 콜라보레이션을 기획하고 있다.

◎ 애 키우는 부담에 대한 프랑스의 사회적 연대 사상

프랑스에서는 ‘직업이 없는 싱글 마더(single mother)라도 4명의 자식을 키울 수 있다.’라고 하는데, ‘프랑스에서 애 키우는 것이 일본보다도 10배나 힘이 안 드는 이유’를 읽고 꼼꼼히 생각해 보았다.

선진국 중에서도 가장 출생률이 높은 프랑스에는, 가족 지원책의 배경에 유럽을 비롯하여 사회가 중요시하는 ‘사회적 연대(社會的 連帶)’ 사상이 있다. 그런데 이러한 사상은 어린애 양육 수당에 대하여 ‘돈을 막 뿌리는 것’으로 비판하며, 무엇이든 자기 책임으로 결론을 내리는 일본 사회와는 근본적으로 다르다.

경제 협력 개발 기구(經濟 協力 開發 機構 : Organization for Economic Cooperation and Development - OECD)가 발표한 대일 경제 심사 보고서에 의하면, 상대적 빈곤율(相對的 貧困率 : 所得이 중위 소득의 50% 미만인 계층이 전체 인구에서 차지하는 비율)은, 액면 급여로 살펴보았을 때 일본은 16.5%이고 프랑스는 24.1%이나 가처분소득(可處分所得 : 국민 소득 통계상의 용어로 개인 소득 중 소비·저축을 자유롭게 할 수 있는 소득)으로 살펴보면 일본은 13.5%이고 프랑스는 6%로, 프랑스의 2배 이상이 된다. 정부의 소득 재분배 제도가 다름으로써 나타나는 결과이다.

의(衣)도 식(食)도 소비가 부진한 상황에서 싸게 파는 소모전이 계속되고 있다. 이런 현상도 경제 때문만이 아닐 것이다.

◎ 일본의 스쿨 스포츠 웨어의 수요도 불황 타는 듯

아식스 영업 본부의 학교 운동 관련 제품(school athletic care product)의 스쿨 담당은 “S(small) 사이즈의 수요가 많이 늘었다.”고 하면서, “학생들의 모집 인원으로부터 소요 수량을 추정하여 신입생용으로 예년과 같이 M(medium) 사이즈와 L(large) 사이즈를 중심으

로 스쿨 스포츠 웨어(school sports wear)를 준비하였는데, 의외로 2010년 봄 입학생은 S(small) 사이즈 쪽이 더 많아서 합격 발표 후에 추가로 S 사이즈를 추가 생산하여 수요를 맞추었다.”고 하였다.

스쿨 스포츠에 오랫동안 일해 온 사람도 사이즈만은 알 수 없다고 놀라는 표정이었다. 사이즈 외에 불황이었지만 흡한 속건 소재가 많이 사용되었고, 가정용 세탁 건조기에 대하여 성능이 좋은 제품을 찾았고, 선배가 물려주는 수요가 많아진 것을 배경으로 새로운 교복 구입을 보류하는 것도 곧잘 눈에 띄는 봄의 풍경이었다고 뒤돌아 생각해 보고 있었다.

◎ CHOYA 창고에서 영업 회의 개최

CHOYA의 부사장은 2009년 2월에 취임하였는데 당초에는 영업에서 매우 긴박한 과제가 재고의 적정화였으므로 매월 영업 회의를 창고에서 개최하였다. 이 창고는 도쿄의 니혼바시(日本橋)에 있는데, 영업 창고에서 산같이 쌓여 있는 재고를 보면서 회의를 열었으며, 효과는 즉시 나오기 시작하여 2009년에는 연말 재고가 1년 전의 반으로 줄었다.

이 수법을 CHOYA 셔츠 판매를 맡고 있는 닛신 방적 상하이에서도 따라하고 있다. 그리하여 영업 기획부 사무소를 영업 창고로 옮기라고 하고 있다.♣