

닛신보 - 40년만의 “세 복숭아” 상표 쉬트로

지명도 더욱 높여

닛신보는 1948년에 42수 카드 단사로 평직으로 짠 셔팅(shirting)을 “세 복숭아” 상표로 판매하기 시작하여, 1950년대에는 이 천의 변(selvage)에 염색된 색사로 세 개의 복숭아를 세모꼴로 줄지어 배열한 무늬로 나타낸 상표로 판매하면서, 소비자들로부터 독특한 상품으로 호평을 받았었다. 그런데 10여년 만에, 시중에서 잘 팔리는 표백 침엽포의 생산을 확대하면서, 이 복숭아표 소재의 생산이 중지되었다. 쉬트(sheet)용 셔팅 소재의 수요가 크게 늘어나며 생산 효율이 중요시하게 되었던 것이다.

현재도 “세 복숭아” 상표로 과거의 순면 쉬트 소재와 똑같이 일본 내에서 원사를 뽑아 제직·가공하여 “닛신보 일본산 원단 사용(日清紡國産生地使用)”이라는 꼬리표를 제품에 붙여, 판로를 제한하여 판매하고 있다. 현 생산 규모는 1970년대 피크 시절의 1/10에 불과하지만, 이 생산 규모가 더 이상 줄지 않도록 부가 가치를 높이는 방안을 검토하고 있다.

진즈(jeans) 업계에서도, 현재 새로운 “세 복숭아” 무늬를 색사로 짜 넣은 셀비지의 효과를 살려, 세심한 정성과 빈티지(vintage : 긴 세월을 거쳐 격이 높아진 고품격)감(感)을 내기 위한 방법의 하나로 변사에 색사로 무늬를 나타내는 데 사용하고 있어, 옛것과 동일하게 일본산 원사로 닛신보의 “도야마” 공장에서 제직하고, “미아이” 공장에서 가공하고 있다.

시키보는 현재 “세 복숭아” 쉬트 소재를 판매하고 있는 상사를 더욱 엄선

하여, “세 복숭아 셀비지” 쉬트를 표백하여 한정된 고객에게만 상품화하였다. 증정품, 자가 수요 제품으로서 전문점이나 백화점 등에서만 판매하고 있는데, 연간 10만매의 쉬트 판매를 계획하고 있다.

“세 복숭아” 상표는 60대 이상의 세대에는 잘 알려져 있으며, 이 지명도를 더욱 높이하고자 “세 복숭아 셀비지”를 다시 생산하기 시작하였다. ♣