일본의 면 방적, 산지(産地)와 공동으로 부가 가치 소재 개발

◎ 다이와보노이 - 국제 개발부 중심으로 글로벌 사업 추진

다이와보노이는, 텍스타일을 공급하기도 하고, 판매도 하는 양면(兩面)으로 글로벌(global)하게 사업을 다면적(多面的)으로 펼쳐 나가고 있다. 전시회를 예로 들어봐도, 프랑스 파리의 프리미에르 비젼(Premiere Vision : PV)이나 인터 텍스타일 상하이전뿐만 아니라 2006년 10월 중순에 개최된 사내 품평회(社內品評會) 등을 통하여 당사(當社)의 다채로운 텍스타일을 고객에게 적극적으로 어필하고 있다.

텍스타일 사업을 국제화(國際化)하는 데 따라 국제 개발부(國際開發部)가 중심이 되어, 소재, 제직, 가공을 특화(特化)한 텍스타일을 저팬 브랜드(Japan brand)로 널리 알릴 방침이다.

국제 개발부의 소재 개발과(素材開發課)는 원사, 텍스타일, 가공의 개발을 일관(一貫)되게 해낼 수 있다. 그 개발은 마켓인(market-in) 발상과 프로덕트 아우트(product-out) 발상의 양면으로 추진된다. 마켓인은 영업 주도형(營業主導型)으로 기술이나 노하우(know how)의 지원을 받으며, 프로덕트 아우트는 공장의 안정평준조업(安定平準操業)을 베이스로 하면서 갖고 있는 기술을 살려 새로운 소재 개발을 추진한다.

PV에서는 다이와보노이의 진가(眞價)를 국제적으로 평가 받는 동시에 EU 시장에서의 정보를 수신하기도 하고, 이쪽으로부터의 발신을 통하여 글로벌한 관점에서 일본 내나 해외에서 팔리고 있는 상품을 널리 알려 나간다. 특

히 EU의 어패럴로부터의 정보나 발신을 중요시하고 있다.

PV 출품은 텍스타일과 어패럴 제품을 링크(link)시킨 제안이 된다. 행어 샘플(hanger sample)은 약 200점을 준비하고 있다. 당사의 자신 있는 코트(coat)에 관련하여는 EU 시장에서 받아들여지기 쉬운, 그러면서도 아주 새로운 디자인의 패션 코트나 디자인 코트, 그뿐 아니라 동일한 소재로 팬츠(pants), 재킷(jacket) 등까지 추가하고 있다.

EU에의 텍스타일 수출은 3천~5천m의 소로트이기는 하나, EU의 톱(top) 어패럴이 채용(採用)하는 건수는 확실히 늘고 있다. PV 전시회에는 캐주얼이나 코트를 중심으로 캐주얼 재킷, 팬츠, 상하(上下) 한 벌 상품 등을 제안하고 있다.

2007년 춘하절을 위하여는 가볍고, 소프트하고, 퓨어(pure)하며, 드레이프성(drape性) 등의 특성을 지닌 텍스타일 원면에 정성을 드린 퓨어 코튼, 수빈(Subin), 수피마(Supima), 이집트 등의 초장면(超長綿)을 사용하여 제안할 것이다.

드레이프성에 대한 요구는 다이와보 레이온과 면의 새로운 발상으로 개발된 복합물(複合物)이나 “밀크 크라운(milk crown)”, “파라모스” 등 뿐만 아니라, 당사가 자랑으로 하는 이중구조사(二重構造絲)를 사용한 것 등으로 다이와보노이의 방적 기술을 모두 모아 전시하고 있다.

텍스타일에서는, 면 100수 단사의 벤타일(Ventile) 등의 세번수 초고밀도(細番手超高密度) 직물을 여러 가지로 전시하고 있다. 타이프라이터 클로스(typewriter cloth)를 개량한 벤타일 시리즈는 전천후형(全天候型) 텍스타일로서 열심히 제안하고 있다.

염색 가공에 대하여는 야마도가와(大和川) 염공(染工), 다이와 염공, 도까이(東海) 염공 하마마쓰, 스즈끼(鈐木) 표백 정리와의 콜라보(collaboration ; 공동연구)로 독특한 텍스타일을 각 가공 공장의 특징을 살리면서도 납기를 잘 맞추면서 업무를 추진하고 있다.

하마마쓰 산지는 염색 가공과 산지 내 도매상과의 콜라보를 비롯하여, 직포, 연사 등의 관계가 깊은 업종이 많이 있다. 당사의 임원인 의료(衣料) 판매 부장은 다이와보노이와 산지가 서로 신뢰하면서 공생(共生)의 길을 만들어감으로써 산지와 방적이 새로운 모양의 콜라보가 만들어질 만한 시대가 되어가고 있다고 말하고 있다.

◎ 후지보 텍스타일의 F、T、C - 새로운 감성의 직물、선염물 중심으로 제안

후지보 텍스타일의 하마마쓰(浜松)시에 있는 F、T、C는 자가(自家)설비로 상황에 따라 생산도 하고, 외부에 주문하기도 하는 양면(兩面)의 기능을 잘 다루는 메이커이기도 하면서 산지 내의 도매상이기도 하다. 이와 동시에 후지보 텍스타일의 싱크 탱크(think-tank ; 조사 기획 등의 서비스업)와 같은 존재이기도 하다.

F、T、C는 선염、팬시、클로스(先染 fancy cloth)와 일부는 후염(後染)도 하는 텍스타일을 생산하여, 후지보 텍스타일과 링크(link)하여, 일본 내뿐만 아니라 수출하는 판로(販路)도 있다. 판매 및 취급량(取扱量)은 2005년도를 피크(peak)로 현재는 피크일 때보다도 20%가 줄고 있다. 이에 따라 F、T、C의 인원도 줄여, 수지(收支) 규모에 적합한 체제로 경영하고 있다.

양(量)을 쫓기보다는 네트(net) 이익을 중요시하며, 취급 상품을 재검토하거

나 거래선을 재검토함으로써, 이익률을 향상시켜 나가는 방침이다.

그러기 위하여는 중국 등 해외에서 생산이 가능한 평직의 선염 셔츠감 등을 점차로 줄이고 있다.

셔츠감의 트렌드(trend)는 어디까지나 유럽 발신을 따르고 있는데, 프린트를 어레인지(arrange)하는 기능과 새로운 트렌드를 기획 제안하는 도매상으로서의 FTC 발신의 색丶무늬 제안을 결합시킨 개발을 제안해 나가는 방향으로 가고 있다.

선염은 대동염화(大同染化)에서, 가호(加湖)는 고류 가호에서, 정리 가공은 후지보 텍스타일 고야마(小山) 공장에서 하는 등, FTC의 버티컬(virtical 垂直的)인 생산 체제는 현재 하마마쓰에서도 가장 안정되어 있다.

제직 공장도 북 직기, 에어젯 직기(AJL), 레이피어(rapier) 직기를 갖추고 있으며, 직물 폭은 38~75(廣幅) 인치(inch)까지 있어, 어떤 직물이라도 짤 수 있는 체제를 갖추고 있다는 것이 장점이다.

2007년 춘하절 상품으로는 에코(ecology) 소재로서 면과 프렌치 리넨(french linen)을 혼방한 18수 얼룩 실로 선염 아우터(outer)용으로 제안한 것이 히트(hit) 상품이 되어 있다. 또 리넨(linen) 50%, 코튼 50% 혼(混)은 여름용 소재의 정번(定番)으로서 다음 시즌(season)용으로도 양(量)과 결부되어 있다. 이외에 경사는 면 60수 쌍사, 위사는 라미(ramie 저마 또는 linen 아마)의 선염 교직이나, 경사 면 80수 쌍사 위사 실크(면 번수로 80수 단사~140수 쌍사)의 교직을 코트용 등으로 제안하고 있다. 실크丶울 등은 다른 산지의 사염 가공 시설을 활용하고 있으며, 면 산지에서는 가공할 수 없는 모 등의 선염 텍스타일 개발은 동사가 많은 부가 가치를 만들어내는 기술의 원천으로 되어 있

다.

2007년 춘하절용 텍스타일 개발에 대하여는 방적의 원(原) 소재인 원면이나 실을 개발하고, 특히 2007년 춘하절용 특화 소재인 실에서는 면×실크(실참), 면×리넨(란라일)뿐만 아니라, 중공(中空) 폴리에스터丶면 혼×리넨의 3가지 타입(type)과, 이들 3 소재를 복합(複合)한 텍스타일을 개발하였으며, 후지보 텍스타일의 가공 기술 노하우를 동원하여 소재와 제직丶가공마다를 짜맞춘 복합특화형(複合特化型) 직물을 개발하여 도매상이나 어패럴에게 온 정성을 다하여 제안할 계획이다.

수출 진흥에 대하여는 후지보텍 스타일의 영업 활동으로서 1년에 두 번, 미국과 유럽에 정기적으로 출장하여 판매하는 방식으로 두 사람의 사원을 현지에 파견하고 있다.

2006년 9월 초순의 이탈리아의 출장 방문에서는 유명 어패럴 4사를 방문한 결과, 스와치 샘플(swatch sample) 약 100점이 픽업(pick-up)되었다. 후지보 텍스타일로서는 유럽의 유명 브랜드 메이커로부터 인정받으며, 성과가 있는 상담(商談)이 되도록 노력하고 있다. 후지보 텍스타일이 만들어낸 생지가 EU에서 채용되거나 화제성(話題性)을 제공함으로써 유럽의 판로(販路)로서 일본으로 파급될 효과를 올릴 수 있다는 기대도 하고 있다.

◎ 신나이가이멘 - 이색 연사로 흔들리지 않는 자리 잡아

신나이가이멘(新內外綿)은 이색연사(異色撚絲, grandrelle yarn ; 모꾸이도) 시장에서의 셰어(share)를 더욱 올려 “이색연사라면 신나이가이멘”이라는 이미지(image)를 한층 더 분명하게 만들 방침이다. 이 회사의 실 판매는 니트사가 80%, 직사(織絲)가 20%의 비율로 되어 있으며 방적사에 대하여는 일본에서

도 제일인 것으로 알려져 있으며, 앞으로는 세계에서 제일가는 이색연사 방적이 되기를 바라고 있다. 현재도 동사(同社)의 이색연사 생산 비율은 상당히 높은데, 이색연사라면 어떤 실이라도 즉시 요구하여도 스피디(speedy)하게 생산하여 공급할 수 있는 체제를 만들고 있다.

이 회사의 부가 가치사(絲) 생산은, 실을 사용할 유저(user)와의 깊이 있는 커뮤니케이션(communication)을 갖도록 하여, 쌍방향의 정보를 바탕으로, 사용할 사람의 얼굴이 보이는 실을 생산하도록 하고 있다. 이는 니즈(needs)에 적합하지 않은 실을 공급하지 않는다는 철저한 전략에 비롯된다.

이 회사는 2005년 하반기에 중기경영계획(中期經營計劃)을 정하였는데, 그 당시와 현재는 환경이 크게 변하였기 때문에 2005년 하반기에 정한 기본 노선을 베이스로 새로운 멤버로 뉴 비즈니스 모델(new business model)을 만들 방침이다.

여러 개발 프로젝트 중의 하나로서 “환경”, “로하스(健康的이며, 持續的인 lifestyle)”를 키워드(key word)로 하여 추진하고 있는 사업이 있다. 이 사업은 조상부터 물려받은 가업(家業)으로 되어 있는 방적업을 베이스로 “바이오매스(biomass ; 에너지原으로 활용하는 생물群)”를 활용함으로써 전기를 사용하지 않으며, 약품이나 약제를 사용하지 않는 섬유 제조업을 목적으로 하고 있다. 리사이클(recycle)을 생각하는 재생모(再生毛), 재생 섬유를 만드는 것도 그 중의 하나이다.

지구 환경을 베이스로 한 개발 소재와 면과 종이(紙)로 만든 종이실, 개섬(開纖) 방식의 뱀부(bamboo, 竹纖維)와 현재 있는 소재와 짜맞춘 실, 그 외에도 EU에서 현재 리드(lead)하고 있는 소재인 오거닉 코튼(organic cotton)에 대하여 “신나이가이멘”의 개성(個性)이 나타나는 오거닉 코튼을 창출(創出)할

준비가 되어가고 있다. 또한 식물, 동물을 베이스로 한 방적사도 다음 개발 테마로 되어 있다.

이 회사는 텐셀 소재를 직접 다루기 시작한지 15년 이상이 되었다. 텐셀은 식물 섬유로서, 흙으로 돌아갈 자연 소재의 첫째이기도 하다. 이 텐셀을 베이스로 한 각종 복합 소재는 이 회사의 중요 무기의 하나이다. 예를 들어보면 이색연사 텐셀×수피마(Supima) 60수, 80수, 텐셀×마, 텐셀 70%×마 30%(블루 리넨) 60수 등이 있다.

이 회사의 전략 상품으로서, 앞으로의 성장전략상품(成長戦略商品)으로 평가하고 있는 것이 이색연사이다. 이색연사를 비주얼(visual ; 눈으로 알아볼 수 있는)하게 제안함과 동시에 이색연사의 레퍼터리(repertory ; 品目)를 늘려 나갈 생각이다. 그러기 위하여 원료, 혼방, 세번수로부터 태번수까지 폭 넓게 펼쳐 나감으로써, 방적의 세계를 넓힐 방침이다. 이색연사에 대하여는 신나이가이멘에 맡겨 놓으면 안심이 된다는 신뢰감(信頼感)을 받고, 인지도(認知度)를 더욱 높일 것이다.

가격 경쟁에 말려들지 않는 니치(niche ; 새로운 비즈니스 기회가 있는 시장의 독자적인 공간) 분야와 부가 가치 분야의 상품인 실을 개발함으로써 "실 만드는 명인"의 세계를 개척해 나갈 방향성(方向性)을 내놓고 있다. 2007년 춘하절 소재로서 텐셀×면, 모달×면, 텐셀×폴리에스터丶면 혼, 면×실크, 면×마 등은 여러 산지에서도 평가가 좋다. 데님으로 잘 알려진 "삼비(三備)", 선염(先染)으로 이름난 "니시와끼(西脇)", "도까이(東海)" 지구의 엔슈(遠州), "미까와(三河)"에도 판매원을 파견하여, 산지(産地) 내의 도매상이나 제직업(製織業)의 니즈(needs)에 따른 실의 개발과 원사(原絲)를 제안하고 있다. "미까와" 지구에서는 도매상과의 이색연사 거래가 자리를 잡아가고 있으며, 니

트와의 거래도 있다.

“엔슈”에 대하여는 이차(二次) 실 상인을 거쳐 코듀로이(corduroy) 관계와의 거래, 도매상과의 콜래버레이션(collaboration)도 있다. ♣