

## 다이쇼방적 이사 영업부장과의 대담

### - 일본섬유산업이 활성화하는 하나의 모델 제시

#### ◎ 이상적인 섬유원료를 찾아 세계 누벼

국제평화기구인 국제연합의 인간환경회의는 1972년에 일본의 제안을 받아 6월 5일을 세계환경의 날로 정하였으며, 일본은 1991년부터 6월을 환경의 달로 정하고, 행정이나 민간에서 각종 환경보전활동을 보급하고 계몽하는 사업을 추진하고 있다. 이러한 활동은 섬유업계에서도 활발한데, 일본의 오거닉 코튼(organic cotton) 시장에서 공급량이 가장 큰 다이쇼(大正)방적도 그러한 기업의 하나이다. 다이쇼방적이 오거닉 코튼 소재를 특화하는 동기를 받은 사람이 바로 ‘곤도 겐이치(近藤 健一), 이사(理事) 영업부장(営業部長)이다.

곤도 이사는 구라보 기술부에 재직하면서 1995년에 인도네시아 수도 자카르타에서 12만추의 대규모 방적공장을 건설한 후 귀국하여 다이쇼방적에 새로 부임하였다. 해외 여러 나라에 주재하면서 얻은 지식과 기술을 활용하여 오거닉 코튼, 울(wool), 리넨(linen) 등 모든 소재를 환경과 사람에게 유익한 소재로 바꿨다. 재배농가와 협동으로 독자적인 소재를 개발함으로써 일본 섬유산업의 감성을 높이는 모델 케이스를 만들었다. 뿐만 아니라 섬유흐름의 중류(中流)에서 활동하고 있는 달인(達人)이나 어패럴 메이커나 디자이너와도 직접 콜라보레이션(collaboration)하여 새로운 가치관을 만들어냈다.

곤도 이사는 지금도 끊임없이 이상적인 섬유원료를 찾아 세계를 돌아다니고 있다. 이제까지 돌아다닌 나라는 면 관계로 86개국, 수모(獸毛) 관계로 25

개국, 기타 원료 관계로 15개국, 도합 126개국에 이른다. 또한 처음으로 출품하였는데도 호평을 받은 저팬 크리에이션(Japan Creation)에서는 새로운 바람을 일으켰으며, 일본 섬유산업을 활성화한 하나의 좋은 모델이 되었다.

오거닉 코튼은 지구환경과 사람에게 유익한 소재이므로 이를 특화하여 모두 행복하게 되기를 원한 것이다. 곤도 이사는 구라보에서 공장설계를 맡은 엔지니어로서 12년전에 자카르타에서 공장을 설립한 다음에, 경영이 어려웠던 다이쇼방직을 재건하는데 참여하여 오늘에 이르고 있다.

엔지니어로서 세계각지를 돌아보면서 파괴된 환경을 많이 보았다. 그 중에 남극빙하류(南極氷河流)나 남미 페루의 자연이 심하게 파괴된 모습을 직접 보았다. 미국농업의 오염실태에 대한 스쿠프(scoop ; 특종기사)도 충격적이었다. 특히 미국의 산 호킨 계곡(San Joaquin valley)에서는 면화를 비롯한 농산물의 생산성을 올리려고 고엽제까지 사용하고 있었다. 면화 밭에서 먹고 자면서 일한 경험으로도 재배농가의 과혹한 현상에 깜짝 놀랐다.

이러한 배경에서 오거닉 코튼에 전념하게 되었다. 세계 86개국의 면 재배국 중에서, 고엽제를 사용하지 않고 완전히 손으로 따는 면 재배국은 30개국 정도 되는데, 그 반 이상이 경제적으로 어려운 개발도상국이다.

### ◎ ‘선의 후리’ 지침 좋은 호응 받아

이러한 것을 겪고 난 후로 ‘세상을 위하여, 사람을 위하여 서로 손을 잡고 일해나갈 것’을 결심하였다. 이와 같은 정신은 해외에서 공장을 건설하고 있을 때부터 느끼기 시작하였다. ‘그 나라의 사람들이 행복하게 되도록’이란 소원을 갖고 현지 문화를 반영한 일을 하려고 노력하였다. 비즈니스 지침은 ‘선의 후리(先義 後利 : 義를 먼저하고 利는 나중에 하라.)’, ‘세상을 위하여,

사람을 위하여'라는 의(義)를 소중하게 생각하는 뜨거운 자세로, 많은 사람들의 공감을 불러 비즈니스에서도 좋은 성과를 올리고 있다. 어려운 일도 즐기는 곤도 이사 주변에는 언제나 사람들이 모인다.

약 10년전에 나 자신이 '과분(過分)하다'고 생각하기 시작하였다. 목화를 손으로 따는 작업 모습은 참으로 성스럽다고 느꼈다. 밑에서부터 위로 서서히 영글기 시작하여, 약 1달 반에 걸쳐 완전히 영근 목화만을 차례로 따다. 재배자가 고생하여 키운 코튼 씨드(seed)에는 섬유로 쓸 수 있는 린트 코튼(lint cotton)이 1/3밖에 없다. 방적은 그 얼마 안되는 린트 코튼을 20%나 떨어뜨린다. 리사이클 코튼(recycle cotton) '라휘'는 그 낙면(落綿)을 다시 이용한 것이며, 일본 내외의 저명 브랜드로 대량 채용된 히트상품이다. 얼룩이나 구불구불한 모양의 질감도 그렇거니와 낙면 50%를 사용하였다고 하는 높은 코스트 퍼포먼스(cost performance)가 받아들여졌다.

다이쇼방적의 차별화 원면(差別化 原綿)에는 모두 배경이 되는 스토리가 있다. 그것에는 재배농가의 얼굴이 있고 현지의 풍토나 역사, 문화가 있다. 실크의 촉감보다도 부드러운 '비욘드 실크(beyond silk)', 새로 개발한 '기자(giza 87)'를 사용한 '로제타미야' 등도 그렇다. 그들 소재의 스토리가 소비자에게 알려지도록 하고 있다.

환경을 소중히 하는 상품은 특히 '사람들을 행복하게 하는 물건 만들기'의 정성이 중요하다. 그래서 중요한 것이 트레이서빌리티(traceability)이다. 당사의 소재는, 누가, 어디서, 어떻게 만들었는지가 명백하다. 캐시미어나 실크 화합섬 등, 복합하는 섬유도 똑같이 추적이 가능하게 관리하고 있다.

## ◎ JC의 ‘꿈의 공방’이 중류기업과의 협동 빛내

2007년 5월 초순에 개최된 JC 2008 춘하전에서 다이쇼방적의 ‘꿈의 공방(工房)’ 부스가 대단히 좋은 평을 받게 된 것은, 서로 협력하고 있는 중류 제조업을 중심으로 33개의 기업 및 단체가 모두 열심히 컬래버레이션하여 주었기 때문이다. 당사가 이제까지 잘 해올 수 있었던 것은 당사의 컨셉에 모두 찬성해 주신 어패럴이나 중류기업들이 있었기 때문이다. 평상시에 언제나 ‘일본의 섬유산업이 살아남기 위해서는 중류기업의 기술력이 중요하다.’고 생각하고 있었기 때문에 출전자(出展者)가 감소하는 등 JC의 존재감(存在感)이 떨어져 위기감도 있었는데, 열심히 협력해 주신 중류기업에 대한 감사와 JC를 활성화하는데 조금이라도 도움이 되었으면 하는 뜻도 있어 컬래버레이션하여 출전하였다.

JC전에서 직기나, 고래(古來)로부터 황토를 불로 구워서 만든 빨간색 안료로 현장에서 염색을 시연하고, 양말기계로 짜는 것을 실지로 보여 주는 등, 원료로부터 제품까지 생산공정을 보여줌으로써 당사 뿐 아니라 중류기업까지도 이만큼 관객을 끌어올린 것은 너무나 기대이상이었다. 이번에는 고생도 많았으나 참으로 이 행사에 참가하여 좋았다고 이구동성으로 말하고 있다. 공동 출전자의 하나인 양말메이커는 전시장에서 양말 짜는 기술자의 모습을 보고 “기술자의 그렇게 행복한 얼굴을 본 것은 처음이다. 참 즐겁다.”고 감격하며 말하였다.

33개사가 모두 기분 좋게, 즐겁게 협력하였으며, 관객들도 즐거워 하였다. 2007년 추동절부터 당사 소재로 새로운 상품 시리즈를 낼 예정이다.

최근 새삼스레 화제가 되고 있는 것은 일본의 우수한 중류기업과 원사를 공급해 주는 상류기업이 컬래버레이션하여 저팬 테크놀러지(Japan technology)

를 세계로 발신(發信)하게 되었다는 것이다.

JC의 꿈의 공방은 참으로 좋은 예였다. 전시회가 끝난지 여러 주(週)가 지났는데도, 전시장에서 못한 말을 하려는 관객을 맞는 것이 바쁘다. 어떤 관객은 “나 자신이 행복을 만끽(滿喫)할 수 있어 감사의 JC였다.”고 말하고 있다.

이번 경험으로 어느 정도 틀이 잡힌 것 같다. 다음 JC를 위하여 벌써부터 공동출품을 희망하는 기업이 나오고 있다. 언제까지나 중국이나 인도와 같은 무대 위에서 경쟁하고 있으면, 머지않아 일본은 더 이상 계속할 수 없게 되는 것은 틀림없다.

환경이라고 하면 강요하는 것 같게 들리는데, 만든 사람도 함께 입고, 소비자도 입어 행복하게 되는 물건을 만든다고 생각하면 모든 것이 다 잘 될 것이다. 참으로 섬유산업의 하나의 이상형(理想形)이라고 여겨진다.♣