

일본 섬유산업 - 국제적 유대가 연결된 기업은 성장 지속

세계경제와의 유대가 직접 연결된 기업은 계속 성장하며, 연결 유대가 끊어져 있는 내수형 기업들은 곤경에 처하게 될 것이 명확하게 되었다.

섬유산업도 일본 인구가 본격적으로 줄고 있기 때문에, 글로벌형 수입 우세 시대는 막을 내리려 하고 있다. 이제는 섬유산업을 해외로 확대시켜 수출 확대가 일본 섬유산업의 원동력이 되고 있는 추세이다. 앞으로 일본내 생산에서 주축이 될 각종 산업용 테크니컬 텍스타일에 주력하는 것이 일본 섬유산업이 재생할 수 있는 길이라고 많은 식자들은 말하고 있다.

◎ 의류용 섬유 제품의 해외 수출은 피해갈 수 없는 길

일본내에서 의류 제품 생산은 앞날이 험준할 것이며, 단괴(團塊) 세대가 앞으로 연달아 근로층에서 떨어져나가면 계속 축소되고 있는 슈트(suits) 수요는 더욱 많이 줄어들 것이다. 이미 일본내 슈트 수요는 2006년에 3,000억엔으로, 1992년 수요의 1/2도 안된다.

단괴 세대의 정년 연장으로 슈트 판매량이 지금은 평균수준을 약간 밑돌 정도이지만, 수년 후에는 크게 줄어들 것이라는 전망이 있는데 부인복이나 어린이 옷도 예외가 될 수는 없다.

정년이 연장된 단괴 세대가 2012년을 넘기면, 점차 직장을 떠나게 될 것으로 예상되는데, 내수판매가 줄 것을 예상하여, 주요 백화점들은 합병하거나 제휴하는 것도 급속도로 늘어날 것으로 보고, 판매 세어(share)를 더 확보하려 하고 있다.

내수 의존 비율이 높은 전기제품업체의 합병이나 제휴가 늘어난 것도 인구가 줄 것을 예상한 대비책 때문이라고 할 수 있다.

내수형 섬유중류기업이 앞으로 판매 규모와 이익률을 크게 늘리려면 수출이나, 수출을 계획하고 있는 기업과 유대가 필요하다고 지적하는 일이 많다.

예컨대 섬유중류기업이, 해외로 진출하는 어패럴 기업이나 텍스타일 상사와 유대를 갖는, 즉 그 기업과 클러스터화를 하면, 새로운 길이 열리는데, 해외진출 시도가 여러번 잘 되지 않았던 어패럴이나 텍스타일 상사와 손을 잡으면 좋은 업적을 올리기 어렵다.

이제까지 일본내에 남아 있는 섬유중류업종은, 제휴하는 상대에 따라서 기업 운명이 좌우되므로 “어떠한 변화에도 흔들리지 않도록 선택을 선별할 줄 알아야 할 것이다.”고 말하는 소리를 경청할 필요가 있다.

일본 섬유중류업종이 스스로의 힘으로 외국 유명브랜드나 어패럴 메이커와 직접 접촉하여, 자사 텍스타일 가공품을 납입하여 업적을 올리려고 하는 사례로서 고마쓰세이렌(小松精練)을 들 수 있다. 이와 같이 활동하고 있는 섬유중류기업도 늘어나고 있다.

◎ 스스로의 노력으로 유럽업자와 접촉을 갖거나, PV에 출품한 일본기업 증가

고마쓰세이렌이 레귤러멤버로서 출품하고 있는 파리 프리미어 비전 (Premiere Vision : PV)은 해외 유명 브랜드 기업과 직접 만날 수 있는 장소로 유명한데, 2007년 9월에 개최된 ‘PV 2008/2009 추동절 컬렉션’에 일본으로부터는 이전 PV때보다 3개사가 많은 27개사가 출품하였다. 이들 중에는 섬유중류기업도 상당수 들어 있으며, 면방기업만을 소개하면, 지카사키방직, 다이

와보노이, 닛신보 섬유사업본부 1·2부 등이 들어 있다.

PV에 출품할 수 있는 조건은 매우 엄격한데, 그 조건에는 ① 세계에서 통용되는 언어로 회화가 가능할 것 ② 직접 수출업무가 가능할 것 ③ 항상 새로운 작품을 발표할 능력을 가지고 있을 것 등이며, 이들 조건을 완전하게 갖추고 있는지가 심사대상이 되고 있다. 일본 섬유중류기업 중에서도 심사에서 탈락한 기업이 있었다.

정식으로 프리미어 비전 레귤러 멤버가 된 고마쓰세이렌은 이번 전시회에서 새로 개발한 내추럴한 표면감과 근육질감(筋肉質感)을 보여주는 신소재 ‘테크노 빈테이지(techno vintage) BB’를 출품하였다. 테크노 빈테이지 BB는 형상유지성(形狀維持性)도 있어, 코트나 재킷, 박지(薄地) 셔츠나 블라우스, 가방이나 구두, 침구 등 폭넓은 용도로 사용될 수 있다. 동사는 파리의 PV전시회에서 테크노 빈테이지 BB에 대하여, 우선은 자사에서 테스트 판매하고 첫해에는 일본 및 세계 시장에 50만 미터, 3년 후에는 300만 미터의 판매목표를 밝혔다. 판매가격은 현재 팔고 있는 ‘빈테이지 섬유’보다도 20% 높게 될 것이다.

동사는 PV와 병행하여, 이탈리아 밀라노에서도 전시회를 열고 있는데, 개최성과가 나타나, 판매에서 차지하는 수출액이 커지고 있다. 동사는 “세계경제 성장과 링크되어 수출업적을 올리고 싶다.”고 강한 의지를 보이고 있다.

PV에 출품하고 있는 일본 섬유중류기업들도 “세계적인 브랜드업자와 계속 교류하면서 텍스타일을 공급하여 수출을 늘리고 싶다.”는 뜻을 분명히 밝히고 있다.

◎ 일본의 해외수출 내용 - 중국 등의 섬유정책 변경으로 바뀌고 있어

그동안 왜 갑자기 일본의 섬유산업이 글로벌 수입형에서 글로벌 수출형으로 바뀌고 있을까?

가장 큰 이유는 일본 인구가 앞으로 줄어드는데 따라 섬유수입 주체의 글로벌화가 무너지게 되었기 때문이다. 또 하나의 동기는, 일본 섬유수입형 업종에 크게 공헌한 중국에서의 저코스트 생산위탁 메리트가 무너지기 시작하였기 때문인데, 이는 중국이 외자기업에 특별우대 세제를 단계적으로 중지하기 시작한 것이 원인이다. 뿐만 아니라 중국 정부가 일본 섬유수입업자에게 돈을 벌게 해 준 다음의 두 항목을 변경했거나 변경할 예정이기 때문이다.

(1) 중국의 노동법이 2008년 1월부터 개정된다.

(2) 2007년 8월 23일부터 중국상무부 공고로 약 1,800여개 품목의 가공무역 관리제도가 변경되었다.

(1)의 중국노동법개정 내용은, 일본계 섬유공장과 관련기업에게 큰 영향을 주게 된다. 이 법이 시행되면 경영자 형편에 따라 종업원을 해고하던 것이 불가능하게 되기 때문이다. 또한 장기근무자에게는 장기고용계약을 의무적으로 맺어야 한다. 낮은 코스트를 전제로 해온 봉제공장은 큰 타격을 받을 것이다.

(2)의 영향도 클 것이다. 중국 상무부 공고가 2007년 8월 23일부터 실시되어 실이나 텍스타일의 가공무역에 대한 우대정책이 없어졌다.

일본의 관계자는 “머지않아 의류제품 가공무역도 우대받지 못할 가능성을 부정할 수 없게 되었다.”고 걱정하고 있다. 가공무역이 우대를 못받게 되면, 원재료를 수입할 때 관세와 증치세(增值稅)와 맞먹는 보증금을 납입하여야

한다. 이는 이제까지 가공무역에서 큰 혜택을 받아온 일본 섬유 제품 수입업자, 소매업체에게는 큰 타격이 된다.

중국에서 위탁가공무역은 ‘진료(進料)가공’과 ‘내료(來料)가공’ 두 종류로 나누고 있다. 진료가공은 원재료를 유상으로 수입하여 가공한 다음, 제품을 유상으로 수출하는 형태이며, 수출입 시에 결제가 뒤따른다. 내료가공은 무상으로 받은 수입원재료를 가공하여 수출함으로써, 위탁기업은 중국기업에게 가공임(加工賃)만을 지불한다.

이번에 가공무역 관리제도가 바뀌면서, 실 텍스타일의 내료가공에 관계한 기업은 관세와 증치세와 같은 금액의 보증금을 납부하게 되었다. 가공작업으로 수출이 완료될 때까지 기간이 길어지면 보증금은 그만큼 동결되고 따라서 코스트가 올라간다. 보증금 동결기간이 짧아도 의류 제품이 가공무역 우대정책을 못받으면, 자금력이 약한 중국 봉제공장은 앞으로 가공무역 일감을 받기가 어렵게 된다.

이제까지와 같이 “무엇이든 좋으니 외국 일감만 주시오.”라고 하던 가공무역은, 점점 마지막 단계가 다가오고 있다는 느낌이 든다. ‘외자계(外資系) 기업도 중국기업과 같은 조건으로 사업을 해주시오.’ 하는 시대가 드디어 온 것이다.

◎ 베트남 봉제로 빠져나가려 해도 대미수출량 감시는 엄격하다.

중국봉제가 노동법이 개정되고, 가공무역 관리제도가 바뀌어 코스트가 올라가면, 베트남에서 봉제하려고 생각하는 일본기업이 늘어날 것이다.

이미 베트남에 대한 한국이나 대만기업의 봉제공장 투자가 급증하고 있다. 그러한 목표는 베트남 봉제품 수출한도를 이용하여, 성장하려는 것이다. 그

러나 그와 같이 되지 않고 있는 것이 현실이다.

베트남은 2007년 1월에 WTO에 가맹한 것을 계기로 섬유 제품 수출을 늘리려고 2007년 봉제품 수출은 2006년보다도 27% 늘려, 73억 5천만 달러로 목표를 정하였으나, 가장 큰 수출대상인 미국측에서 수입제한 하는 것을 경계한 베트남 당국이 적절히 조정함으로써, 2007년 상반기 수출은 예상하던 신장률을 밑돌고 있다.

앞으로 저코스트 섬유제품은 수입하는 측에서 수입액이나 품질을 계속 엄격히 감시하고 있을 것이며, 다른 한편으로는, 아시아에서는 인도, 방글라데시, 파키스탄 등 신흥 섬유공업국이 갈수록 강해지고 있으므로 저코스트 섬유제품 판매경쟁은 세계적으로 심해지고 있다.

그렇게 되면 “많은 섬유공업국이 저코스트 섬유제품으로 하고 있는 판매경쟁을 피하고, 고급품을 파는 뒷길로 가면 거리가 변화하다는 사실을 모르느냐.”라고 하는 말을 귀담아 들어야 한다. 그렇기 때문에 고부가가치 섬유제품 제조에 전념하여야 한다. 중국이 이런 것을 알아낸 것은, 미국이나 유럽, 일본 섬유공업국에게는 반가운 일이 아니다.

1980년대부터 중국섬유공업은 초저코스트를 무기로 맹렬한 기세로 성장하여, 세계최대 섬유생산국이 되었다.

중국이 크게 성장하면, 세계에서 가장 큰 자원 대소비국(大消費國)이 된다. 환경오염도 세계에서 제일 심하다. 모든 물가도 크게 뛰어 오른다. 그 폐해가 이미 중국 각지에서 나타나고 있다.

이러한 문제들을 타개하는 방안으로, 중국정부는 중국내에서 생산하는 모든 제품을 생자원(省資源 : 자원의 절약)으로 환경과 생산이 조화를 이룰 수

있도록 고부가가치제품을 만들도록 독촉하는 정책을 연달아 발표하고 있다. 클린 프로젝트 정책이나 노동집약형산업으로부터 벗어나려는 정책을 추진하는 것이 그 일례(一例)이다.

◎ 중국이 고부가가치형으로 바뀌면 일본에게는 위협

중국이 전국적으로 고부가가치 섬유제품을 생산하도록 바뀌게 되면 일본 섬유산업에 위협이 된다. “중국 섬유산업이 고부가가치화의 중심이 되는 염색, 날염, 마무리 가공업을 강화하는 것은 필요불가결하다.”고 중국방직공업협회는 밝히고 있는데, 이는 세계 각 시장에 염색가공직물을 공급해 주는 나라로서 지위를 확보하려 하고 있기 때문이다. 이미 2006년에 중국 섬유 어패럴 수출은 1,412억 달러였고, 2007년 1~6월에 745억 달러이므로, 증치세 환부율을 인하하였었는데도 2007년 전체로는 2006년 수출량 1,412억 달러를 웃돌 가능성이 있다. 이러한 상태라면 중국 수출 및 내수용 섬유 생산량은 세계 섬유생산량의 절반을 넘는 것도 시간문제로 볼 수 있다.

이로부터 얻은 수익으로 중국섬유공업은 고부가가치화로 바뀌나간다는 것이 중국정부의 구상이다. 이를 위한 국제경쟁력 강화를 위하여 섬유 제품 브랜드를 육성하는 것이 필요하므로, 그 정책도 강력하게 추진하기 시작하였다. 그런 표시로 중국의 여러 섬유관계 정부기관들이 공동으로, 중국 코튼(cotton)을 주체로 하는 방직 염색공장을 대상으로 신제품 표창제도를 실시하고 있다.

그뿐 아니라 중국은 테크 텍스타일(tech textile)에도 주력하고 있다. 이는 일본 관계자에게도 우려되는 일이다. 독일, 이탈리아 등도 의류용 섬유가 보잘 것 없게 쇠퇴된 것을 커버하기 위하여 테크 텍스타일 생산을 강화하고, 이에 필요한 가공 기계를 세계로 공급하는 대국이 되려는 것을 2007년 ‘ITMA 윈

헨'에서 소개한 바가 있다.

세계 섬유공업은 2007년 이후로 모습이 크게 바뀔 것이다. 그러한 큰 파도에 섬유산업과 관련산업이 쇠퇴하지 않고 곳곳하게 해외로 뻗어나가려면, 관계자가 이미 자각하고 있다시피, 많은 과제를 해결하여야 할 필요가 있다.♣