2008년 춘하절 신사용 내의

– 면의 장점과 새 분위기 살리려 신상품 제안

요즘 일본 섬유업계에서는 면내의에 대한 새로운 제안이 나오고 있다. 그동안 쿨 비즈(cool business)의 인기가 순풍을 받아 흡수속건(吸水速乾), 접촉냉감(접촉될 때 받는 냉감) 등의 기능이 있는 합섬내의 수요가 최근 2~3년 동안에 빠르게 커졌는데, 남자중년층이나 어린이들을 중심으로 신사내의 시장에서 면내의를 찾는 사람은 여전히 많다. 이런 분위기를 받아 2008년 춘하절에는 이제까지의 면내의에 대한 가치관을 넘어서는 새로운 제안이 활성화할 것 같다.

2007년 여름은 2006년까지와 비교하면, 합섬 기능내의가 잘 팔리지 못했다는 소문이 들려온다. “어느 정도의 더위까지는 합섬의 기능내의가 좋지만, 그 더위를 넘어서면 면이 더 좋다.”고 하며, 내의 메이커 담당자는 2007년 8월과 같은 혹서(酷暑)에는 면내의가 적합하다고 지적하고 있다.

면 100% 내의를 다시 찾는다고 하여, 이제까지의 베이직(basic)한 흰색 내의로 돌아간다는 것은 아니다. 단순한 면내의가 아니라 취향과 품질에서 부가가치가 있는 새로운 제안이 요구된다는 것이다.

군제가 2008년 춘하절에 내놓을 대형 신상품인 ‘더 군제’는 착용감, 흰 정도, 형태, 소취력(消臭力), 에콜로지(ecology)의 5가지 기능을 갖춘 면 100% 내의라고 한다. 남자용과 여자용을 각기 동시에 제안하며, 2008년에는 200만매, 3년 후에는 800만매 판매를 계획하고 있다. 면 그 자체는 독자기술로 한

층 더 분자레벨(分子 level)에서 개질한 ‘넥스트라 코튼’을 사용함으로써 흡습성이나 친수성을 향상시켰다. 동사가 기술을 총집결하여 내의의 신표준(新標準)으로서 자신있게 내놓는 이 상품은, 약제가공이 아니라 면을 개질함으로써 안심·안전에 대한 니즈에 맞게 만든 점도 중요한 포인트이다. 이 신상품의 판매대상은, 안심·안전을 염려하여 내의를 안입기 시작하는 30대 후반부터 40대 전반까지가 되겠다. 시니어 세대를 주요고객으로 하는 자사브랜드인 ‘쾌적공방(快適工房)’과 함께 면내의를 두 부류의 상품으로 판매할 것이다.

실버 옥스는 ‘BMP 코튼’을 사용하여 만든 내의를 판매하고 있으며, ‘세계면 기행(世界 綿 紀行)’이라는 브랜드로 이집트면 내의, 인도면 내의, 중국면 내의, 미국면 내의 등을 2008년 춘하절부터 발매한다. BMP 코튼은 감농약(減農藥 :농약을 줄임)으로 재배된 호주면이며, 지구환경을 잘 고려한 소재로서 주목을 많이 받고 있다.

오가닉 코튼과 비교하면 토양관리나 생산공정에서의 제약이 적기 때문에, 동사에서는 에콜로지로서 보다는 현실적으로 장사가 될만한 재료로 보고 있다. 소비자의 환경에 대한 의식이 높아지는데 따라, 앞으로 호주면 내의에 주력할 예정이다.

오그란은 2008년 춘하절에 면소재 상품을 확대할 것이다. ‘크로코다일(crocodile)’ 브랜드는 심이 폴리에스터이고 표면이 면인 구라보 이층구조사 ‘샤레도’를 사용하여 면 내의에 대한 니즈에 맞추고 있다. 또한 식품, 완구 등을 비롯한 중국제품에 대한 불신감이 커짐에 따라 일본제품이라는 것을 특히 강조하고 있다. 가가와현(香川縣)의 동사 봉제공장에서 생산된 트렁크스(trunks : 운동용 팬츠)에는 큼직하게 일본제라고 표시하여 강조하고 있다.

2007년 춘하절 판매장의 한편에서는 합섬내의가 잘 팔리고 있었는데, 다른

편에서는 면 100% 내의를 찾는 소비자가 늘어나고 있었다고 한다. 단순한 가격경쟁이 아니라, 품질, 취향, 브랜드와 복합적인 가치가 요구되는 시대이다. 베이직한 흰색 내의가 기존매장에서 고전하는 것을 멈추게 하기 위하여도, 소비자의 니즈에 완전히 맞추어 줄 수 있는 새로운 면내의를 제안하는 것이 매우 중요하다.♣