

스페인 텍스타일 협회 - 계속 성장으로 섬유 수출 확대

스페인(Spain) 텍스타일 협회는 제 2회 ‘텍스타일 프롬 스페인(Textile from Spain)’을 도쿄의 스페인 대사관에서 개최하였다. 스페인의 12개 텍스타일 메이커가 참가하였고, 슬로건(slogan : 標語)은 “드레스 업(dress up : 正裝)은 스페인에게 맡기세요.”를 내세웠다.

스페인도 세계적인 경제 위기의 영향을 받아 섬유 생산량은 줄어들고 있다. 그런데 스페인 기업의 국제화 전략으로 국제 시장에서의 존재감은 더욱 높아져 잘 알려지게 되었다. “자라(Zara)나 망고(Mango)와 같은 대기업을 비롯하여, 규모는 작지만 수출을 늘리고 있는 기업들도 있다.”고 스페인 코튼 협회의 부회장이며, 스페인 텍스타일 협회의 국제 부장(國際 副長)인 살바돌 마르켈씨는 말하였다.

스페인은 실과 텍스타일 가먼트(garment)를 포함한 섬유 수출 총액이 2008년에도 계속 증가하여 78억 유로(euro) 이상으로 늘었다. 구주 연합(EU)으로의 수출이 제일 많으며, EU 지역 이외로의 수출도 늘고 있다. 그러나 일본으로의 수출은 8000만 유로에 머물고 있는데, “느긋하게 착실히 늘려나가겠다.”고 생각하고 있다. 일본으로의 수출은 70%가 의류 제품이고, 나머지 30%는 소재들이다.

스페인의 섬유 수출 전체로도 의류 제품 비율이 50% 이상으로 많으며, 텍스타일은 전체의 30%로 그 다음이다. 텍스타일 협회에서는 회원사에게 “중요한 바이어를 서둘지 말고 기다려라. 그리고 잘 살펴봐라”는 폴리시(policy)를 내걸고, 경제가 회복하였을 때에, “가장 신뢰되는 서플라이어(supplier : 供給者)로서 수요에 따라 재빠르게 공급할 수 있는 강점을 보여주도록 하자.”고 말하였다.

그러기 위하여 이 협회에서는 “①각사가 기업 DNA를 다시 검토하여 고유의 특성을 살리도록 한다. ②컬렉션(collection : 수집품)을, 하나는 변화가 심한 유행 제품이고 또 하나는 변화는 별로 없으면서 품위가 있는 하이-클래스 제품(high-class 제품)의 두 가지로 나눈다. ③에콜로지(ecology)와 관련된 적극적인 투자가 요망된다.”를 추천하면서 권하고 있다. 또한 스페인 텍스타일 트렌드를 모아서 국제 시장에 소개하는 등의 활동도 하고 있으며 2009년에도 적극적으로 국제 견본시(國際 見本市)에 출품하여 시장을 크게 늘리는 데에 노력할 계획이다.♣